



UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DA COMUNICACIÓN

TESE DE DOUTORAMENTO
A INFORMACIÓN DEPORTIVA SOBRE BALONCESTO NOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPAÑÓIS

AUTOR
CARLOS TOURAL BRAN

DIRECTORES
XOSÉ LÓPEZ GARCÍA
JOSÉ PEREIRA FARIÑA

Santiago de Compostela, 2012

Xosé Pereira Fariña, con DNI 35310353V, e Xosé López García, con DNI 33829376X, profesores do Departamento de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela, como directores da tese titulada “*A información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación españois*”, do doutorando Carlos Toural,

FAN CONSTAR

Que a presente tese de doutorado está rematada e autorizan a súa presentación diante da Comisión de Doutoramento pois reúne os requisitos necesarios para a súa posterior defensa pública diante do tribunal correspondente.

Como directores da tese, valoramos como boa a orixinalidade da investigación, os obxectivos, a metodoloxía, a relevancia do traballo e os resultados, así como a discusión arredor dos asuntos tratados e as conclusións.

E para que así conste aos efectos oportunos, asinamos o presente documento.

En Santiago de Compostela, 27 de xullo de 2012.

Xosé Pereira

Xosé López

Directores da tese

Transmigración

*Esta enerxía xa non vai ter fin,
non foi creada nin será destruída.
Irá ocupando diferentes vidas,
transformándose en emocións alleas
tatuadas noutros corpos paralelos,
en simultáneas procesións
sen pausa.
Nun cálido universo apaixonado
voume dosificando con usura,
ata que chegue a hora de voltar,
canso e feliz,
ó punto de partida.*

Lois Pereiro, *Poemas da morte sobrevivida a forza de paixón e sabotaxes.*

Ao meu pai.

This doctoral dissertation aims to analyze sports information about basketball in the general news media in Spain. The study of information published with this thematic issue in the pages of generalist newspapers in the first decade of the 21st century will be the raw material for the PhD student research.

The basic objectives of this research work are structured around two main issues: on the one hand, the PhD candidate intends to study sports information as an area of primary relevance, in particular, within the scope of journalism and communication in general, and on the other hand, it is aimed to help generate knowledge in the framework of the Information and Knowledge Society. This research mainly aims to:

- analyze the features of sports news on basketball in the Spanish general press.
- study all those print media elements that contribute to compose the picture of sports information about basketball: provided space, sources that are contacted, the use of photographs, study of journalistic genres, etc.

- study the discourse on sporting information about basketball as creative unit of meaning in the framework that defines the Information and Knowledge Society.

Overall, the objectives of this research proposal that leads to the achievement of the doctoral degree work toward one common goal: to create a benchmark in the contemporary study on sporting information about basketball, share of the media environment which gained much of the attention by the media audience –it is important to bear in mind that sports press are placed among the most widely read in Spain-.

The strategy to be employed when addressing this research deals with an evolutionary study of the last ten years of sports news on basketball in the general press in Spain with the remit to end up with an explanation of its current situation, as well as the creation of a map of the contemporary sporting information about basketball.

After establishing the strategies which will be employed in order to address the research problem, it is appropriate to bring forward that some of the techniques to be employed

during this research will be the quantitative analysis – collection and cataloguing of contents through database, thanks to the training held by the PhD candidate with respect to the programming of this type of methodological tools through the computer application Access-, and the qualitative analysis –through the analysis of data collected and the employment of analytical application such as SPSS. Finally, the PhD candidate will include a section in which potential research lines will be demonstrated and bring forward a methodological tool created, *ad hoc*, as the basis for future cybermedia research as well as studies of the cybermedia which specializes in sports news¹.

¹ Existe tradución ao galego no apartado 10.3.1. –consultar índice-.

1. Introducción	Páx. 17
1.1. O por que, o como e a estrutura do traballo de investigación	Páx. 18
2. O baloncesto. Breve historia, evolución e competicións regradas en España	Páx. 23
2.1. A xénese do baloncesto	Páx. 24
2.1.1. Os precedentes	Páx. 24
2.1.1.1. <i>O pok-ta-pok ou pokolpok e o tlachtli</i>	Páx. 25
2.1.1.2. <i>Chüliack</i>	Páx. 28
2.1.1.3. <i>Korf-ball, korfbal ou balonkorf</i>	Páx. 28
2.1.1.4. <i>Buzkashi</i>	Páx. 30
2.1.1.5. <i>Pato</i>	Páx. 32
2.1.1.6. <i>Cauderole</i>	Páx. 33
2.1.2. “We have a basket anda a ball. Why not call it basket-ball?”	Páx. 34
2.1.3. De Naismith ao baloncesto actual: etapas de desenvolvemento do baloncesto no ámbito mundial	Páx. 37
2.1.3.1. Etapa 1: nacemento dunha nova modalidade deportiva	Páx. 37
2.1.3.2. Etapa 2: a I Guerra Mundial e a colonización de Europa polo baloncesto	Páx. 40
2.1.3.3. Etapa 3: a estabilidade institucional	Páx. 41
2.1.3.4. Etapa 4: a técnica e táctica	Páx. 43
2.1.3.5. Etapa 5: a popularidade do baloncesto como modalidade deportiva	Páx. 45
2.2. A estrutura das competicións regradas en España	Páx. 48
2.2.1. Da Liga Nacional de Baloncesto á competición organizada pola ACB	Páx. 49

2.2.2. Clubs participantes nas competicións organizadas pola ACB na tempada 2009/2010 a modo de contextualización contemporánea do baloncesto en España	Páx. 55
2.2.3. As competicións organizadas pola Federación Española de Baloncesto (FEB)	Páx. 57
3. Bosquexo do Xornalismo Especializado	Páx. 61
3.1. Contextualización histórica	Páx. 62
3.1.1. A crise da prensa como orixe	Páx. 62
3.1.2. Navegando entre as luces da radio e a televisión e o xornalismo explicativo da prensa	Páx. 63
3.1.3. O <i>boom</i> da especialización da segunda metade do século XX	Páx. 66
3.2. Dos contidos para as audiencias de masas ao xornalismo especializado	Páx. 71
3.2.1. A Sociedade Postindustrial: o gran cambio	Páx. 71
3.2.2. O perigo da barbarie do especialismo	Páx. 75
3.2.3. A multidisciplinariedade, a interdisciplinariedade e a multicausalidade como piares da Información Xornalística Especializada	Páx. 78
3.3. Definición, metodoloxía e profesionais do xornalismo especializado	Páx. 81
3.3.1. A definición de Xornalismo Especializado: múltiples propostas	Páx. 82
3.3.2. Referencias metodolóxicas do Xornalismo Especializado	Páx. 89
3.3.2.1. A metodoloxía: marca de identidade do Xornalismo Especializado	Páx. 94
3.3.3. As áreas e bloques de información especializada	Páx. 95
3.3.4. O xornalista especializado	Páx. 98
3.3.4.1. O xornalista especializado e a asunción da súa responsabilidade para coa sociedade	Páx. 100

3.3.4.2. O papel do xornalista especialista: o rol de <i>gatekeeper</i>	Páx. 103
3.4. A divulgación da información que produce o Xornalismo Especializado	Páx. 106
4. A Información Xornalística Especializada en Deporte	Páx. 109
4.1. Breve historia da Información Xornalística Especializada en Deporte na prensa diaria. Caso español e casos internacionais de referencia	Páx. 110
4.1.1. A información deportiva, un novo episodio da loita entre Hearts e Pulitzer	Páx. 111
4.1.2. <i>The New York Times</i> , as primeiras portadas	Páx. 112
4.1.3. Os casos europeo e español	Páx. 113
4.1.3.1. A repulsa inicial á información deportiva e ao informador deportivo	Páx. 114
4.1.3.2. Das gacetiñas ás publicacións especializadas e sección de deporte pasando polas <i>Hojas del Lunes</i>	Páx. 116
4.1.3.3. Os primeiros pasos da información sobre baloncesto en España	Páx. 120
4.2. A información deportiva como área de especialización	Páx. 121
4.2.1. Coherencia temática, tratamento específico da información e múltiples subáreas internas: o caldo de cultivo da Información Xornalística Especializada en Deporte como área de superespecialización	Páx. 123
4.2.2. O tránsito da Información Xornalística Especializada en Deporte de bloque temático a área de especialización	Páx. 125
4.3. Características da Información Xornalística Especializada en Deporte	Páx. 129
4.3.1. Pero, que é o “deporte”? Conceptualización do feito deportivo	Páx. 129
4.3.1.1. <i>Deporte</i> vén de...	Páx. 129
4.3.1.2. Definición	Páx. 130
4.3.2. Funcións e disfuncións da información deportiva	Páx. 136

4.3.3. A necesidade da Información Xornalística	Páx. 138
Especializada en Deporte e do xornalista deportivo	
4.3.4. A linguaxe da información deportiva	Páx. 139
4.3.5. Os xéneros xornalísticos da información deportiva	Páx. 148
4.4. O xornalista deportivo	Páx. 152
4.4.1. A Association Internationale de la Presse Sportive – AIPS-	Páx. 153
4.4.2. As características do xornalista deportivo	Páx. 157
5. A investigación	Páx. 165
5.1. A xénese da investigación	Páx. 166
5.1.1. O obxecto de estudo	Páx. 169
5.1.1.1. O estado da cuestión	Páx. 179
5.1.2. A selección dos medios de comunicación representativos a estudar	Páx. 180
5.1.3. Delimitación temporal do campo de estudo	Páx. 184
5.1.4. Os obxectivos da investigación	Páx. 186
5.1.5. Dos obxectivos ás hipóteses	Páx. 188
5.2. Metodoloxía da investigación	Páx. 190
5.2.1. Ubicación teórica da investigación: a Teoría da Discursividade Social como marco	Páx. 191
5.2.2. A triangulación metodolóxica como pedra alicerce da investigación	Páx. 192
5.2.3. O baleirado de contido	Páx. 194
5.2.3.1. A ferramenta metodolóxica principal: a base de datos	Páx. 195
5.2.4. A análise de contido	Páx. 200
6. A análise	Páx. 203
6.1. Datos do ano 2002	Páx. 204
6.1.1. Novas publicadas por xornal	Páx. 207

6.1.2. O xénero da modalidade deportiva e o número das novas publicadas	Páx. 208
6.1.3. Ámbito xeográfico de referencia da competición das novas publicadas	Páx. 211
6.1.4. A importancia das novas sobre baloncesto	Páx. 213
6.1.5. Presenza das novas sobre baloncesto nas portadas principais dos medios de comunicación analizados	Páx. 215
6.1.6. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes”	Páx. 218
6.1.7. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto nas páxinas do xornal	Páx. 221
6.1.8. Autoría das novas publicadas sobre baloncesto	Páx. 223
6.1.9. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto	Páx. 226
6.1.10. Tema das novas sobre baloncesto	Páx. 230
6.1.11. Actores e fontes das informacións sobre baloncesto	Páx. 232
6.1.12. Diversas variables relativas ao acompañamento gráfico das novas publicadas sobre baloncesto	Páx. 234
6.2. Datos do ano 2007	Páx. 241
6.2.1. Novas publicadas por xornal	Páx. 245
6.2.2. O xénero da modalidade deportiva e o número das novas publicadas	Páx. 247
6.2.3. Ámbito xeográfico de referencia da competición das novas publicadas	Páx. 250
6.2.4. A importancia das novas sobre baloncesto	Páx. 253
6.2.5. Presenza das novas sobre baloncesto nas portadas principais dos medios de comunicación analizados	Páx. 255
6.2.6. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes”	Páx. 258
6.2.7. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto nas páxinas do xornal	Páx. 261
6.2.8. Autoría das novas publicadas sobre baloncesto	Páx. 263

6.2.9. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto	Páx. 266
6.2.10. Tema das novas sobre baloncesto	Páx. 269
6.2.11. Actores e fontes das informacións sobre baloncesto	Páx. 271
6.2.12. Diversas variables relativas ao acompañamento gráfico das novas publicadas sobre baloncesto	Páx. 273
6.3. Evolución e situación no ano 2011: conclusións por variables	Páx. 280
6.3.1. Diario Sur lidera como medio que máis novas publica sobre baloncesto	Páx. 283
6.3.2. O baloncesto feminino queda relegado ao descoñecemento fronte ao dominio do baloncesto masculino	Páx. 284
6.3.3. O baloncesto de ámbito nacional é o referente máis empregado polos xornais analizados á hora de publicar información sobre o deporte do aro	Páx. 285
6.3.4. As noticias principais son, por primeira vez, as máis abundantes segundo a variable “Importancia”	Páx. 286
6.3.5. A información sobre baloncesto faise un oco na portada principal dos xornais analizados e aumentan, máis aínda, a súa presenza na portadiña da sección “Deportes”	Páx. 287
6.3.6. As novas medianas seguen a ser o tamaño estándar para a publicación de información deportiva sobre baloncesto	Páx. 288
6.3.7. Os medios inciden na importancia da sinatura do xornalista propio á hora de identificar a autoría das novas	Páx. 288
6.3.8. As crónicas sobre baloncesto aumentan ao tempo que se consolida a noticia como xénero máis empregado	Páx. 289

6.3.9. O tema extradeportivo non aparece, practicamente, consignado nas informacións sobre baloncesto	Páx. 291
6.3.10. Os xogadores, adestradores, afeccionados e expertos seguen a ser os actores e fontes principais na información publicada sobre baloncesto	Páx. 291
6.3.11. Comentario xeral das variables relativas ao acompañamento gráfico das novas publicadas sobre baloncesto	Páx. 292
7. Review of objectives and hypothesis testing	Páx. 295
7.1. Did we meet the established goals?	Páx. 297
7.2. Working hypothesis testing	Páx. 301
8. Novos camiños de investigación	Páx. 306
8.1. Diversas vías de investigación	Páx. 307
8.2. Proposta dunha nova ferramenta de análise de cibermedios	Páx. 310
8.2.1. Concepto de cibermedio	Páx. 311
8.2.2. A ferramenta de análise	Páx. 313
9. Bibliografía	Páx. 323
10. Anexos	Páx. 351
10.1. Anexo 1: índice de gráficas, imaxes e táboas	Páx. 352
10.1.1. Índice de gráficas por epígrafe	Páx. 353
10.1.2. Índice de imaxes por epígrafe	Páx. 356
10.1.3. Índice de táboas por epígrafe	Páx. 357
10.2. Anexo 2: Exemplos de noticia principal, noticia secundaria, noticia de perspectiva e noticia	Páx. 359
10.3. Anexo 3: Traducións ao galego do <i>abstract</i> e do capítulo 7	Páx. 362
10.3.1. Tradución ao galego do <i>abstract</i>	Páx. 363
10.3.2. Tradución ao galego do capítulo 7	Páx. 365

1. INTRODUCCIÓN

1.1. O POR QUE, O COMO E A ESTRUCTURA DO TRABALLO DE INVESTIGACIÓN

Se reflexionamos sobre a importancia que ten o deporte nos medios de comunicación na actualidade debemos comprender que nos últimos tempos vén ocupando unha parcela moi importante nas demandas das audiencias – como veremos máis adiante- pero tamén na vida diaria dos cidadáns e incluso nas relacións que se establecen a nivel político, económico e social entre os distintos países que compoñen a xeografía mundial.

Non hai máis ca analizar os datos para ver como no Comité Central da FIBA Mundial -Federación Internacional de Baloncesto- se atopan adheridos ao movemento mundial de baloncesto un total de 213² federacións nacionais de baloncesto doutros tantos países, mentres que a ONU Organización das Nacións Unidas, o máximo organismo de representación internacional a nivel mundial, conta coa participación de 192 países³. Pode parecer unha comparación frívola, pero serve como contexto contemporáneo para comprender a capacidade que ten o deporte, e neste caso o baloncesto, para involucrar culturas diferentes, persoas e países na práctica dun deporte e na defensa duns valores.

Neste punto, convén aclarar que este traballo de investigación conta cunha dobre xénese:

- a) Por unha banda, existe unha necesidade xerar coñecemento sobre a información deportiva e, máis concretamente, sobre a información deportiva sobre baloncesto na prensa impresa, xa que non existen traballos académicos que aborden o tema dun xeito rigoroso e dende unha perspectiva científica –tal e como fai o presente proxecto- dende ámbito das Ciencias Sociais.
- b) Por outra banda, todos os doutorandos que enfrontamos a misión de realizar a tese de doutoramento sabemos que será unha tarefa dura, cuxo éxito dependerá, en boa medida, da constancia, traballo e dedicación que se lle dispensen. Así, este doutorando decidiu, partindo da premisa anterior da necesidade de xerar coñecemento académico sobre o tema abordado, facer da súa paixón persoal o seu

² Segundo recolle a páxina web oficial da Federación Internacional de Baloncesto: <http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/quicFact/p/openNodeIDs/962/selNodeID/962/quicFac ts.html> [Consulta: 8 de xuño de 2012].

³ Como se pode comprobar na páxina web das Nacións Unidas: <http://www.un.org/spanish/aboutun/unmember.htm> [Consulta: 8 xuño de 2012].

traballo. Unindo o gusto pola investigación académica no eido da comunicación mailo gusto polo deporte do baloncesto, o doutorando buscou engadir un plus de motivación ao seu traballo.

Deste xeito, conxúganse unha necesidade académica e unha vontade persoal na elaboración deste traballo de investigación que debe dar como resultado unha nova contribución do doutorando ao campo de estudo da información deportiva en xeral e, de forma particular, ao análise da información deportiva sobre baloncesto.

A estrutura desta tese de doutoramento, titulada *A información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación españois*, responde á disposición do traballo en 6 eixos principais:

- a) **Capítulo 2:** nesta epígrafe faise unha primeira labor de contextualización da investigación mediante a explicación da historia –dende o nacemento ata a época actual- do deporte do baloncesto. De xeito introdutorio, prepárase ao lector para entender, de maneira ampla, o deporte do aro, actividade que se converterá na xénese da información que publicarán os xornais e que será obxecto de análise nesta tese de doutoramento.
- b) **Capítulos 3 e 4:** ámbolos dous puntos responden á necesidade de enmarcar a investigación nun contexto máis xeral, o do Xornalismo Especializado, para logo concretar esta ubicación nun ámbito de referencia localizado, a Información Xornalística Especializada en Deporte.
- c) **Capítulo 5:** nesta epígrafe constrúese o problema da investigación, preséntanse os obxectivos principais mailas hipóteses que son orixe

do traballo; ademais, explícase a metodoloxía que se seguiu na elaboración do proxecto.

- d) **Capítulo 6:** neste apartado, realízase a exposición dos resultados derivados da investigación empírica realizada. O Capítulo 6 será onde se recollan os datos, onde se proceda ao seu análise e onde se deconstrúan as construcións discursivas relativas á información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación impresos de carácter xeralista españois para chegar a un entendemento global partindo dunha radiografía pormenorizada de cada un dos medios estudados e de cada un dos elementos que compoñen este discurso mediático sobre o ámbito do deporte do baloncesto.
- e) **Capítulo 7:** esta epígrafe serve para comprobar a consecución dos obxectivos proposto ao inicio do traballo de investigación ao tempo que nel se revisan as hipóteses formuladas como liña de inicio nesta tese de doutoramento.
- f) **Capítulo 8:** formulamos neste último capítulo da tese novas liñas de investigación que se abren a partir deste traballo inicial. Aportaremos unha ferramenta novidosa de análise da cibermedialidade dos medios *online* para uso futuro e definiremos posibles ámbitos de estudo aos que deu pé esta tese de doutoramento.

Así, despois do exposto, debe entenderse que a vontade do doutorando é estudar a construción discursiva da información deportiva sobre baloncesto para xear coñecemento sobre un campo pouco estudado no ámbito académico e cuxo discurso informativo necesita, baixo o noso parecer, ser sometido a unha análise dende unha perspectiva académica para coñecer cales son as súas características e as claves que marcan o devir discursivo da

información sobre baloncesto nos medios de comunicación impresos xeralistas españois.

2. O BALONCESTO. BREVE HISTORIA, EVOLUCIÓN E COMPETICIÓN REGRADAS EN ESPAÑA

2.1. A XÉNESE DO BALONCESTO

2.1.1. Os precedentes

O baloncesto é, simplificando ao máximo a súa esencia, un “juego entre dos equipos de cinco jugadores cada uno, que consiste en introducir el balón en la cesta o canasta del contrario, situada a una altura determinada”⁴. Deste xeito, e tendo en conta que a mecánica deste deporte consiste nunha acción física que un individuo executa sobre un obxecto co obxectivo de introduci-lo por un espazo –canastra- delimitado previamente, podemos ver como a xénese e os antecedentes históricos do baloncesto son múltiples e están ben documentados, xa que existen diversos referentes na historia que nos falan de xogos de pelota que se poden considerar a xénese deste deporte.

⁴ Definición que recolle a Real Academia Española (RAE) do termo “baloncesto” no *Diccionario de la Lengua Española*.

Existen múltiples tradicións arredor do mundo que nos falan de civilizacións que practicaban xogos de pelota dende hai máis de 3.000 anos, coma no caso dos maias (Thompson, 1997). Estes xogos non deben ser entendidos tan só como actividades físicas de recreación ou competicións atléticas, nin tan sequera deben ser vistas como simples costumes lúdicas das civilizacións que os practicaban, senón que o seu significado debe construírse nun contexto de culturas que xiraban arredor de aspectos espirituais e relixiosos (McKillop, 2004: 214-215). Deste xeito, nas orixes do baloncesto atópanse xogos de pelota que pretendían, enmarcados nun escenario máxico, render homenaxe ás diferentes divindades das distintas civilizacións que os practicaban.

Os xogos de pelota consolidáronse como ritos de gran importancia á hora de honrar aos deuses nas culturas de Meso América, onde podemos atopar os precedentes dos posteriores xogos practicados na Roma Antiga, que serían o xerme dos tan de moda xogos de balón na Idade Media en Europa. Acheguémonos agora a algunhas destas prácticas nas que se pode situar a xénese do deporte do baloncesto.

2.1.1.1. O *pok-ta-pok* ou *pokolpok* e o *tlachtli*

O *pok-ta-pok* ou *pokolpok*⁵, e o *tlachtli*⁶ eran as distintas maneiras de nomear o xogo de pelota por excelencia nas culturas precolombinas de mesoamérica. Algúns historiadores sitúan o nacemento destas prácticas no ano 3.500 a.C. e as descubertas arqueolóxicas datan entre o 1.400 e o 1.250 a.C. a construción de escenarios *ex profeso* para a práctica de tal actividade.

O terreo de xogo adoptaba forma de “I” e tiña diferentes medidas, dependendo da civilización que o construíra e incluso do lugar e das posibilidades da comunidade (Kurjack, Maldonado e Greene Robertson:

⁵ En lingua maia.

⁶ En lingua náhuatl, idioma utoazteca falado en México e América Central.

1991). O máis coñecido, tanto polas súas dimensións coma polas súas peculiaridades é o de Chichén Itzá⁷, o máis ancho e importante do mundo maia, que conta con 168 metros de lonxitude e 70 metros de ancho. Calcúlase que o terreo de xogo de Chichén Itzá foi construído arredor do ano 900 d.C. As particularidades deste caso radican, ademais de nas súas monstruosas medidas, na altura dos muros que delimitan a área de xogo polos laterais, que chegan a ter 8 metros de altura. Nestas paredes é onde estaban situados, de xeito perpendicular ao chan⁸, os dous grandes aros de pedra que constituían a canastra⁹ por onde os xogadores debían meter a pelota de caucho.

Os equipos estaban compostos por un número de xogadores variable - normalmente entre 2 e 6-. O obxectivo principal era meter unha pelota - xeralmente elaborada con *ulli*¹⁰, dun tamaño que podería asemellarse a un coco que pesaba arredor de 3,5 quilos (Filloy Nadal, 2001: 23-27)- polos aros de pedra axudándose de, fundamentalmente, cadeiras e coxas, aínda que tamén se podían empregar os ombreiros, cóbados ou xeonllos. A única prohibición expresa que tiñan os contendentes era non tocar a pelota coas mans.

Este xogo de pelota representaba para as culturas precolombinas unha loita entre a luz e a escuridade, entre o ben e o mal. O terreo de xogo simbolizaba o mundo mentres que a pelota era concibida coma un astro, a lúa ou o sol. A dinámica do xogo representaba un escenario onde as forzas opostas do universo dirimían quen gañaría esa batalla. Os perdedores eran decapitados

⁷ Situado na Península do Yucatán -no estado homónimo e, concretamente, no municipio de Tinum, México-.

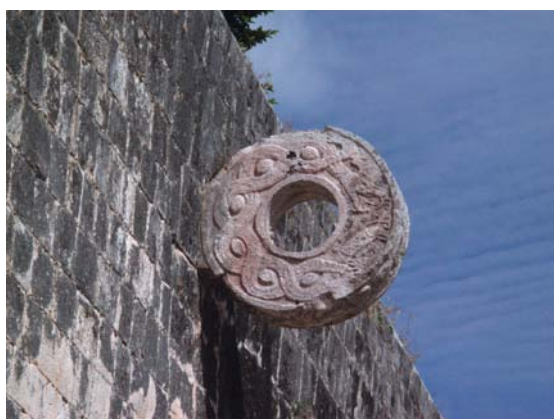
⁸ Non paralelo, como é o caso das canastras empregadas na actualidade na práctica do baloncesto.

⁹ Empregamos, neste caso, un dos significado contemporáneos da palabra *canastra* ao referirnos ao aro que estas culturas empregaban na celebración destas prácticas. Pretendemos, por tanto, que o lector identifique ese aro co “aro metálico suxeito horizontalmente a un taboleiro vertical, provisto dunha rede co fondo aberto pola que hai que pasar o balón para conseguir puntos en baloncesto” que recolle o Dicionario de Galego Ir Indo.

¹⁰ Goma moi parecida ao caucho extraída de diferentes vexetais coa que as civilizacións precolombinas fabricaban as pelotas que logo empregarían nos xogos, como documenta Bernardino de Sahagún (De Sahagun, 1990: 61).

en ofrenda aos deuses -como se recolle, por exemplo, en varios dos textos recompilados por Eric Michael Whittington no libro titulado “The sport of life and death. The Mesoamerican Ballgame”¹¹ (Whittington, 2001), final que acataban con gran respecto xa que para eles significaba unha especie recoñecemento que lles sería recompensado na súa vida ulterior (Miller, 2001: 20-31).

O *tlachtli* era, sen dúbida, unha das actividades cunha maior carga de transcendencia sagrada para as culturas clásicas de mesoamérica. A disposición de gradas arredor do campo de xogo dá a entender que esta práctica era concibida coma un momento importante para a comunidade, que presenciaba dende as bancadas o devir da loita simbólica entre as forzas da creación. Hoxe en día existen máis de 1.500 terreos adecuados para a práctica deste xogo de pelota na rexión que, afortunadamente, atinxe tan só a unha perspectiva exclusivamente lúdica e deportiva.



Imaxe 1. Aro de pedra no campo para a práctica do tlachtli en Chichén Itzá, Mexico. Fonte: Kåre Thor Olsen¹².

¹¹ Neste punto é interesante referenciar que esta monografía foi froito dun proxecto levado a cabo polo Mint Museum of Art (Charlotte, Carolina do Norte, nos E.U.A.) conxuntamente coa axencia do goberno dos E.U.A. *National Endowment for the Humanities* que foi reflectido, ademais, nun portal web onde se pode facer un percorrido pola historia dos xogos de pelota en Mesoamérica así como acceder a gran cantidade de material videográfico, fotográfico e textual sobre o que, segundo se recolle na exposición é o primeiro xogo de equipo da historia da humanidade. A páxina web pódese visitar na seguinte dirección: <http://www.ballgame.org/main.asp> [Consulta: 15 de xuño de 2010].

¹² Imaxe con licenza *Creative Commons*.

Existen varios especialistas, coma Hermann Niebuhr¹³, que trazan unha relación clara entre as orixes do baloncesto e o xogo de pelota maia. Niebuhr, no seu libro *Basketball TIPS* (Niebuhr, 1961), cando establece posibles antecedentes do baloncesto moderno menciona unha obra de Eduard Stucken titulada *Die weißen Götter* -cuxa tradución literal sería *Os deuses brancos*-. Stucken recolle na súa novela –ambientada no proceso da conquista de México, levada a cabo por Hernán Cortés na primeira metade do século XVI-, a práctica dun xogo maia que consistía en meter unha pelota por un aro de pedra situado de xeito vertical na parede lateral do campo de xogo (Stucken: 1993).

2.1.1.2. *Chüliack*

O chüliack foi un xogo de pelota que contou cunha grande popularidade nos séculos VII e VIII d.c, especialmente en Francia. O terreo no que se desenvolvía este xogo estaba limitado por un rectángulo no que dúas liñas finais e dúas laterais marcaban o principio e o fin da área de xogo. Ademais, o campo estaba dividido en dúas partes iguais por unha liña perpendicular ás laterais e paralela ás dos extremos que delimitaba o campo de cada un dos equipos. O obxectivo do xogo non radicaba no feito de pasar a pelota ao campo contrario senón que en cada un dos extremos do campo estaba disposto un aro colocado horizontalmente sobre un poste a través do que había que pasar o balón para anotar un tanto e superar ao equipo rival.

2.1.1.3. *Korf-ball, korfbal* ou *balonkorf*

En Europa, nos Países Baixos no século XVI, practicábase o chamado xogo do *korf* -que en flamenco significa cesta-, que sería o ancestro do que logo se coñecería coma *korfbal*, xogo onde participaban mulleres e homes e que foi

¹³ Hermann Niebuhr foi presidente da Deutsche Basketball Bund (Federación Alemana de Baloncesto) e o responsable de que o baloncesto collera pulo a partir dos Xogos Olímpicos de 1936, celebradas en Berlín, Alemaña.

o xerme orixinario do actual baloncesto nesa rexión. A mecánica do *korfball* dispoñía que nunha árbore de entre 8 e 9 metros de altura se colgara unha cesta fabricada con xuncos entrelazados na que os equipos deberían introducir o balón para conseguir anotar un tanto. Considérase que foi o mestre de Amsterdam Nico Broekhuysen -tal e como se recolle no manual editado pola International Korfball Federation de 1985- o que, despois dunha viaxe por suecia, estableceu as bases e normas básicas que rexerían o balonkorf.

Na actualidade o balonkorf é unha das escasas prácticas deportivas nas que compiten dous equipos mixtos, compostos por 4 homes e 4 mulleres cada un, para un total de 16 xogadores, 8 en cada equipo. O poste sobre o que se sitúa a cesta que debe atravesar o balón para conseguir un tanto calquera dos equipos sitúase a unha altura de 3,5 metros.



Imaxe 2. Fotografía dun encontro de korfball. Fonte: Federació Catalana de Korfball.

Foron os cidadáns dos Países Baixos os que introduciron este deporte en España. O seu coñecido gusto por pasar períodos vacacionais na Costa do Sol fixo que o balonkorf se practicara en Marbella dende o ano 1968. Posteriormente, este deporte estendeuse a Cataluña, territorio español onde

na actualidade existe unha maior afección por esta modalidade deportiva. Mostra do gusto que existe por esta especialidade en Cataluña é a existencia dunha selección¹⁴ catalana que se sitúa no posto número 4 do ranking mundial¹⁵. Como curiosidade, hai que destacar que este deporte foi modalidade de exhibición en dúas edicións dos Xogos Olímpicos: en Amberes 1920 e Amsterdam 1928, nas VII e IX edicións.

2.1.1.4. *Buzkashi*

O *buzkashi*¹⁶ está considerado como deporte nacional en Afganistán (Whitney Azoy, 2003). Moitas teorías din que este deporte procede da tradición turca-mongol, introducida no país a través das tribos afganas do norte, mentras que outras din que chegou ao pobo afgano a través de Uzbekistan.

O encontro enfronta a dous equipos de xinetes nun terreo duns 2 quilómetros de lonxitude que sobre o seu cabalo loitan por facerse co control do cadáver dunha cabra sen cabeza –coñecida como *boz*- dende o punto inicial do xogo ata unha área de anotación delimitada previamente no chan. Existen dúas modalidades de *buzkashi*, unha coñecida como *Tudabarai*¹⁷ e outra chamada *Qarajai*¹⁸.

¹⁴ En Cataluña existe unha competición estable e regrada de korbball baixo o amparo da Federación Catalana de Korbball. O balonkorf catalán está recoñecido a nivel mundial e na Federación Internacional de Korbball consideran á selección catalana da especialidade como combinado absoluto propio, como recollen na súa páxina web <http://www.korbball.org/57-korbball-countries> [Consulta: 15 de xuño de 2010].

¹⁵ Despois de acadar esa posición no último Campionato do Mundo de Korbball, organizado pola Federación Internacional de Korbball –IKF-, disputado en China nos meses de outubro e novembro do pasado ano 2011. A clasificación pódese consultar na páxina web da IKF: <http://www.worldkorbball.org/competitions/62.html> [Consulta: 10 de xaneiro de 2012]

¹⁶ A tradución literal é “agarrar a cabra”.

¹⁷ A versión máis simple do xogo, na que se deposita o *boz* no centro do campo e unha vez dada a saída os equipos loitan por facerse coa súa posesión para logo fuxir ata os límites do terreo de xogo librándose da presión dos contrarios.

¹⁸ A versión máis complexa do *buzkashi*, na que se establece unha bandeirola no centro do campo que marca o percorrido que, de xeito obrigatorio, deberán facer os xinetes antes de voltar para depositar o *boz* no círculo de anotación designado ao equipo.



Imaxe 3. Loita polo *boz* nun momento do *buzkashi*. Fonte: AP Photo/Mustapha Quraishi.

O *buzkashi* é, sen dúbida, un deporte perigoso, tanto para o xinete coma para o cabalo, polo que é preciso que adestren de xeito arduo durante anos¹⁹ para poder formar parte do *buzkashi*. A comunicación é esencial neste deporte, tanto entre o xinete e o cabalo coma entre os distintos membros do equipo xa que un bo entendemento marcará o devir, na maioría dos casos, do encontro.

Para moitos afganos, o *buzkashi* é algo máis ca un xogo, é unha caste de filosofía de vida (Kessel, 2003) na que o traballo en equipo e a comunicación son esenciais para acadar o éxito colectivo.

¹⁹ No caso dos cabalos é obrigatorio adestralos durante un mínimo dun lustro para que poidan participar no *buzkashi*.

2.1.1.5. *Pato*²⁰

O *pato* é un deporte que se practica en Arxentina dende principios do século XVII (Lupo, 2004: 57) e garda moitos puntos de coincidencia co *buzkashi*. Ámbolos dous son deportes nos que os contendentes van a cabalo e contan con normas parecidas. Neste caso, os equipos están formados por 4 integrantes. As diferenzas máis relevantes son que o *pato* cambia o carneiro do deporte nacional afgano por unha pelota recuberta con asas elaboradas con coiro e establece como obxectivo unha canastra real no canto dunha marca no chan.



Imaxe 4. O xogador que viste de azul anota un tanto durante a disputa dun partido de pato en Arxentina. Fonte: Federación Arxentina de Pato.

A mecánica do xogo consiste en recoller a pelota e, librándose das marcas dos rivais mediante a combinación cos compañeiros a través de pases e regateo co cabalo, introducir o balón nunha sorte de canastra situada co aro

²⁰ Para coñecer en profundidade a historia do *pato* é imprescindible manexar o libro de Víctor Lupo *Historia Política del Deporte Argentino, 1610-2002: Biografías, Legislaciones, Hechos Historicos*, onde recolle o nacemento do deporte arxentino no ano 1610 da man deste xogo de xinetes e cabalos (Lupo, 2004: 57-65). Tamén son interesantes as achegas da Federación Internacional de Horseball/Pato a través da súa páxina web: http://www.pato.org.ar/index.php?modulo=articulos&accion=sitio_categoria_ver&idarticulos=390&idcategoria1=390&idcategoria2=&idcategoria3=&idcategoria4=#3 [Consulta: 15 de xuño de 2010]

de xeito perpendicular ao chan que conta cunha rede pechada onde queda depositada a pelota unha vez se anota.

2.1.1.6. *Cauderole*

O xogo do *cauderole* ou caldeiro, orixinario das zonas do Pirineo, era practicado polos pastores vascos que, mentres coidaban do rebaño, gustaban de divertirse tirando pedras a un buraco que previamente facían no chan situándose a certa distancia. Neste caso, a traxectoria parabólica do obxecto –neste caso unha pedra- é moi parecida á que describe un balón de baloncesto cando o xogador lanza a canastra.

Tal e como recolle o xornal *El Mundo Deportivo* nun especial titulado “Historia del Basket Español” que publicou entre o 2 de novembro de 1985 e o 5 de xullo de 1986 houbo intelectuais que defenderon que o *cauderole* fora o xogo que estaba detrás da invención do baloncesto anos despois por parte de James Naismith xa que moitos dos pastores vascos que o practicaban, así coma os descendentes destes, víronse na obriga de emigrar para asegurar a subsistencia económica das súas familias e unha das zonas que os acolleu e coa que se creou un fluxo máis continuo e dinámico de emigración foi coa Canadá natal do profesor Naismith. En concreto, existiu un importante fluxo migratorio que conectaba o País Vasco e Canadá a través da caza da balea. Os pescadores vascos, expertos na arte da caza da balea no Golfo de Vizcaya, viron como esta especie comezou a escasear no Mar Cantábrico e durante os séculos XV, XVI e parte do XVII levaron a cabo expedicións a augas canadenses, a Labrador e Terranova, tal e como recollen Azkárate, Hernández e Núñez na súa obra *Balleneros vascos del siglo XVI* (Azkárate, Hernández e Núñez: 1992). O contacto entre as culturas vasca e canadense, o compartir usos e costumes, puido facer chegar o *cauderole* a terras tan lonxanas.

Un dos intelectuais que defendeu esta teoría de que o *cauderole* podía estar presente na xénese do baloncesto como deporte foi o profesor Soumet, do Liceo Francés de Madrid, que defendía que foran estes pastores vascos, os pescadores dedicados á caza da balea e os seus descendentes os que, ao continuar a práctica do *cauderole* nos países que os acolían provocaron que o coñecemento desta actividade chegara ata James Naismith na súa xuventude, recordo este que lle sería de moita axuda no momento no que, anos máis tarde, se vira na necesidade de crear un novo xogo como profesor da *Training School* da YMCA en Springfield, Massachusetts.

2.1.2. “We have a basket and a ball. Why not call it basket-ball?”²¹

1891 foi un ano decisivo para o deporte do baloncesto tal e como o coñecemos hoxe en día. O xermolo do baloncesto prendería con forza en Springfield, no estado da costa atlántica de Massachusetts, concretamente na YMCA -*Young Men’s Christian Association*²²- da cidade. Neste centro de inspiración relixiosa e rexido por principios cristiáns foi onde se deron as

²¹ Palabras atribuídas a Frank Mahan, un dos alumnos do colexio da YMCA en Springfield que participaría no primeiro partido de baloncesto da historia baixo a supervisión do ideólogo do novo deporte, James Naismith. Deste xeito o deporte que hoxe coñecemos como baloncesto adquiriu o seu nome, a pesar de que nun primeiro momento se pensara en denominalo *Naismith-Ball*, idea que non compartía o propio Naismith debido ao seu carácter humilde. Esta teoría de como se chegou á denominación actual do deporte do baloncesto está recollida en numerosos libros (Rains, Carpenter, Williams: 2009; Star Helmer, Owens: 2000) así coma en textos elaborados por federacións (poñemos por caso a Federación de Baloncesto de la Comunidad Valenciana que conta con textos sobre a historia do baloncesto e o seu nacemento na súa páxina web: <http://www.fbcv.es/princip.aspx> [Consulta: 22 de maio de 2010]).

²² Asociación protestante que foi fundada en Londres, Inglaterra, no ano 1844 por un grupo de estudantes encabezados por George Williams co obxectivo de contribuír ao desenvolvemento da sociedade a través de principios cristianos e humanistas. É unha das organización internacionais de carácter voluntario e non lucrativo máis estendidas do mundo (como queda reflectido na súa páxina web oficial <http://www.ymca.org.es/article69.html>). Dende a illa británica expandiuse ao resto do mundo, desembarcando nos E.U.A. en Boston no ano 1851. Esta asociación comezou a interesarse polo deporte e a cultura física a partir de 1866, cando da man dos norteamericanos Clark Hietherington e Thomas Dennison Wood, viu que era unha alternativa viable á clásica ximnasia de orixe sueco para contribuír á educación física dos alumnos dos múltiples centros que xestionaban.

A YMCA está presente en máis de 125 países e conta con máis de 40 millóns de membros activos. Os seus propósitos principais son favorecer o entendemento entre pobos e culturas e a contribuír a crear mecanismos que fagan da sociedade un colectivo baseado na paz e no desenvolvemento integral do ser humano.

circunstancias necesarias para o nacemento dunha nova actividade deportiva que no futuro se chamaría baloncesto.

A historia (Naismith, 1996: 29-42; Swalgin, 2001; Myerscough, 1995; Brit Wyckoff: 2008; Rains, Carpenter e Williams: 2009) conta que os duros invernos do noreste dos Estados Unidos obrigaron ao director do colexio da YMCA, Luther Halsey Gulick²³, a buscar unha solución para que os seus alumnos puideran realizar algunha actividade física no interior do ximnasio cuberto co que contaban xa que no exterior as baixas temperaturas, chuvia e vento non permitían practicar ningunha das actividades tradicionais como eran o atletismo, o fútbol americano ou o béisbol. Porén, a adaptación das modalidades deportivas practicadas no exterior ás limitacións de espazo do ximnasio non callaron xa que, ademais das limitacións de carácter espacial, estas requerían o uso, en moitos casos, de materiais que non tiñan cabida na infraestrutura pechada dedicada aos deportes coa que contaban na YMCA para o inverno.

Ante tal necesidade, Gulick pediulle ao profesor da materia de Educación Física do *International Young Men's Christian Training School*, James Naismith²⁴ que ideara unha actividade que se puidera desenvolver no interior do ximnasio do colexio e que non lles resultara aos alumnos tan monótona coma os clásicos saltos de aparatos de ximnasia que ata ese momento se practicaban durante o inverno. Logo de manter unha reunión co equipo directivo e con outros profesores decidiu que a mellor solución sería

²³ Luther Halsey Gulick (04/12/1865, Honolulu, Hawai - 13/08/1918, Casco, Maine), foi o director do YMCA Training School de Springfield, Massachusetts, entre 1887 e 1903. Impulsou a creación da *Basketball Rules Organization*, que presidiu dende 1895. Foi un dos principais impulsores do baloncesto como deporte a nivel nacional nos E.U.A. e tamén no ámbito internacional. É recoñecido por ser o ideólogo do chamado “YMCA Triangle”, o símbolo da YMCA que representa os aspectos físicos, emocionais e intelectuais que Gulick consideraba esencial desenvolver en todas as persoas para conseguir un crecemento a nivel individual do ser humano.

²⁴ James Naismith naceu un 08/09/1861 en Almonta (Ontario, Canadá) e morreu un 28/11/1939 en Lawrence -Kansas, E.U.A.-. Naismith era un diplomado en teoloxía, psicoloxía e medicina. Foi profesor de educación física e outras materias en diferentes colexios da YMCA e na universidade de Kansas. É considerado o ideólogo do xogo do baloncesto actual.

idear un xogo que motivara aos alumnos a participar e competir entre eles co obxectivo de integralos a todos na actividade.

Neste contexto, Naismith²⁵ ideou un xogo baseado noutro que recordaba da súa infancia chamado *duck-on-a-rock*, que consistía en tentar facer diana nun obxecto situado na cima dunha pedra tirándolle calquera obxecto dun tamaño inferior ao do branco (Naismith, 1996: 14). Co obxectivo de crear un novo xogo que lles servise aos seus alumnos de entretemento e ao mesmo tempo exercitasen os músculos, ideou unha actividade na que primase a axilidade e a destreza máis cá forza. Así, un 17 de decembro de 1891 pediulle ao encargado do ximnasio do instituto unhas caixas de 50 centímetros de diámetro, pero o único que lle puideron dar foron dúas cestas destinadas a carrexar os melocotóns para o comedor -que posteriormente serían substituídas por redes de pesca sen buraco no extremo inferior-. Naismith mandou colgar os cestos da varanda da galería superior que rodeaba o ximnasio que, casualmente, se atopaban a unha altura de 3,05 metros con respecto ao chan -altura reglamentaria que teñen hoxe en día os aros no baloncesto- (Star Helmer, Owens, 2000: 5-7).



Imaxe 5. Vista real do ximnasio da escola da YMCA de Springfield, Massachussets, coa cesto que era usado a modo de canastra nas orixes do xogo do baloncesto. Fonte: Naismith Memorial Hall of Fame.

²⁵ O profesor Naismith xa coñecía o xogo que se practicaba nos países baixos chamado *Balankorf*, actividade física que lle ensinara un inmigrante holandés.

Nun primeiro momento, o xogo practicábase cun balón de fútbol e estaba rexido por trece regras dispostas por Naismith. Este, como a clase estaba composta por 18 alumnos, e para que xogaran todos, dividiunos en dous equipos de 9²⁶, aínda que pronto pasarían a ser 7 e, posteriormente, quedaríanse nos 5 que actualmente compoñen os equipos de baloncesto. O resto de normas tamén foron evolucionando e pronto xurdiu a posibilidade do bote do balón, ata ese momento prohibido xa que só cabía a posibilidade de pasalo a algún compañeiro sen mover os pés mentres se tivese o esférico en posesión. Posteriormente cambiouse a cesta por un aro metálico e situouse arredor deste un tableiro para protexer ao público situado na galería da que penduraban as que hoxe coñecemos como canastras e para evitar que, en moitos casos, interferira no desenvolvemento normal do xogo.

2.1.3. De Naismith ao baloncesto actual: etapas de desenvolvemento do baloncesto no ámbito mundial

A práctica do baloncesto a nivel mundial pasou por diferentes épocas ou etapas que configuraron o deporte que hoxe coñecemos coas características que ten actualmente. Tendo en conta as diferentes fases polas que atravesou o xogo inventado por Naismith con respecto á súa expansión e á evolución das súas regras, podemos distinguir cinco grandes estadios na historia do baloncesto como deporte.

2.1.3.1. Etapa 1: nacemento dunha nova modalidade deportiva

A primeira etapa do desenvolvemento do baloncesto como deporte vai dende o seu nacemento, en 1891, ata 1918, período este no que era considerado coma unha nova modalidade deportiva. O baloncesto pronto se

²⁶ O primeiro partido de baloncesto da historia foi disputado polos 18 alumnos de Naismith, que se dividiron en dous equipos do seguinte xeito (Peterson, 2002: 20-22):

- Equipo A: Chases, Davis, Duncan, Libby, MacDonald, Mahan, Patton, Ruggles e Thomson.
- Equipo B: Archibald, Barnes, Carey, Day, Gelan, Hildner, Ishikawa, Kaigan e Weller.

difundiou por Norteamérica e conseguiu unha gran popularidade ata consolidarse coma unha das actividades básicas para o sistema educativo na parcela da educación física.

Non tardaron moito en ser publicadas as primeiras regras do xogo polas que comezaron a rexirse todas as competicións. O texto con este primeiro decálogo foi publicado na revista do colexio da YMCA de Springfield, chamada *The Triangle*, un 15 de decembro de 1892 (Peterson, 2002: 18-19). De xeito paralelo á evolución das regras, comeza a establecerse un sistema de mellora da técnica propia do novo deporte. É o momento no que aparecen os termos e accións básicas do xogo como: pasar, recibir, tirar, etc. Tamén comeza a establecerse a función de cada xogador na faceta ofensiva e defensiva, ou o que é o mesmo: nacen a técnica e a táctica baloncestísticas. Sería un estudante graduado no Springfield College da YMCA en Massachusetts, onde impartía clase Naismith, o que introduciría o baloncesto en Europa. Unha vez rematados os seus estudos en 1893, o francés Mel B. Rideut volta á casa e trae con el a práctica dun novo deporte, que implanta en París co apoio do Secretario Xeral da YMCA parisina, Emil Thies. A partir deste momento, os centros europeos da YMCA converteríanse en centros neurálxicos do desenvolvemento do baloncesto en Europa.

Dende este momento, o baloncesto exténdese por todo o mundo. Así, o estadounidense Bob Garley foi o introdutor do novo deporte na China en 1894, concretamente na cidade de Tientsin, onde chegou a acadar tal popularidade que se converteu na actividade de moda en pouco tempo. Neste mesmo ano chegou o baloncesto á India da man doutro norteamericano, Duncan Platon. Un ano máis tarde chegaría a Xapón e Oriente Próximo²⁷ e continuaría e extenderse por todo o mundo a unha velocidade de vertixe.

²⁷ No contexto da época este termo refírese a Turquía e as actuais ex-repúblicas soviéticas.



Imaxe 6. James Naismith posa coa súa muller, Maude Sherman ,en 1928 suxeitando un cesto moi parecido aos que se empregaron en 1891 no primeiro partido de baloncesto. Fonte: *The New York Times*.

No ano 1909 logrouse un fito importante, polo que supuña para o baloncesto e tamén para as relacións internacionais entre países, xa que se xogou un encontro do novo deporte entre un equipo da YMCA dos E.U.A. conra o Clube Mayak ruso –da cidade de San Petersburgo, hoxe coñecida como Leningrado-. Neste encontro déronse dous aspectos importantes: por unha banda, era o primeiro encontro de carácter internacional que se disputaba do recién nacido baloncesto e, pola outra, o adestrador ruso Stephan Vasilyev puxo en práctica durante o partido unha defensa ideada por el que consistía nunha presión home a home –o que hoxe se coñece como defensa individual-.

Na parte final desta primeira época naceu unha das asociacións que máis contribuíría a establecer o baloncesto coma un deporte de carácter regrado e que máis faría porque se disputaran de xeito permanente competicións de carácter interuniversitario e intercolexial. Así, no ano 1910 nace a *National*

Collegiate Athletic Association –NCAA-, organismo que asentou as súas raíces na súa predecesora *Intercollegiate Athletic Association of the United States* -IAAUS-, que fora creada o 31 de marzo do ano 1906 co obxectivo de fixar as regras do deporte de carácter non profesional nos Estados Unidos²⁸.

É xa nesta primeira etapa cando nace o profesionalismo no deporte do baloncesto. A primeira mostra deste recién nacido profesionalismo deuse xa no ano 1893, cando un equipo do UTICA College -orixinario de Nova Iorque- esixiu o pago dos gastos de desprazamento para xogar un partido na veciña vila de Herkimer. Non sería ata anos máis tarde cando se establecería unha corrente clara de profesionalización do baloncesto, coa creación da que se coñecía como *National Basketball League*²⁹ no ano 1898, o primeiro intento de organizar as competicións de baloncesto. Esta primeira experiencia durou moi pouco xa que as malas artes dos apostadores e subornadores provocou a súa desaparición en tan só un ano. Porén, foi importante para o devir do baloncesto, xa que amosou o camiño a seguir.

2.1.3.2. Etapa 2: a I Guerra Mundial e a colonización de Europa polo baloncesto

A I Guerra Mundial marcou a segunda etapa da evolución do baloncesto de maneira destacable en Europa. Os soldados norteamericanos que chegaban para loitar practicaban o baloncesto no seu tempo libre, axudando a que se implantase a nova modalidade deportiva entre os soldados e civís europeos. Como mostra da forza coa que chegaba a nova modalidade deportiva á sociedade e o bo grao co que esta o acollía, celebrouse en París o 19 de xuño de 1919 unha competición entre equipos formados por soldados dos países

²⁸ O por aquel entón presidente dos E.U.A., Theodore Roosevelt, foi un dos que auspiciou a creación desta asociación debido ao alarmante número de lesións serias e mortes que se daban nas competicións de fútbol no ámbito universitario.

²⁹ Nomenclatura que se recuperaría anos máis tarde, concretamente no ano 1937 para denominar á liga de baloncesto de carácter nacional nos E.U.A..

aliados. O gañador foi E.U.A., mentres que o segundo posto foi para Italia e o terceiro para Francia.

Por aquel entón, o baloncesto aínda non formaba parte dos deportes que compoñían o programa dos Xogos Olímpicos pero como mostra por parte dos organizadores do interese en incluílo, celebrouse nos Xogos Olímpicos de París, en 1924, unha exhibición baloncestística coa participación de 15 equipos.

A España o baloncesto chegou algo máis tarde có resto de Europa. Non foi ata o ano 1921 cando, da man do frade Eusebio Millán, chegou o novo deporte a Barcelona. Millán estivera dez anos nas misións en Cuba e alí coñecera o baloncesto da man dos soldados norteamericanos que formaban parte do exército que invadiu a illa en 1906. Non sería ata o ano seguinte, 1922, cando Millán conseguise formar un equipo estable, que chamaría Laietá Basket Club, recoñecido como Layetano. Este equipo xogaría contra o Europa un partido o 8 de decembro de 1922, no que se considera o primeiro encontro de baloncesto da historia en España, que acabou cun marcador de 8-2 a favor do Europa.

O certo é que en España o baloncesto aínda se xogaba de xeito minoritario, en campos de fútbol e con equipos de 7 xogadores. Sería desde 1927, co gallo da disputa dun partido internacional en Barcelona entre a selección española e o Hindú Club de Bos Aires, cando se comezarían a acondicionar os terreos de xogo e os equipos pasarían a estar formados por 5 xogadores.

2.1.3.3. Etapa 3: a estabilidade institucional

A terceira etapa é, por dicilo dalgún xeito, a fase máis decisiva para a consolidación do baloncesto como modalidade deportiva de nivel mundial

polos pasos que se deron na consecución dunha estabilidade institucional e organizacional para este deporte. Esta fase desenvólvese entre os anos 1932 e o 1948 e será neste período cando se constitúa a FIBA -Federación Internacional de Baloncesto Amateur- en Génova -Italia-, concretamente o 18 de xuño de 1932. O nacemento deste novo organismo permitiu a coordinación entre os países afiliados, a unificación da reglamentación en Europa e a creación de contactos coas federacións doutros deportes.

Este gran paso que supuxo a creación da FIBA contribuíu a que en 1935 o Comité Olímpico Internacional admitise como deporte de equipo ao baloncesto na programación dos Xogos Olímpicos de Berlín de 1936 na modalidade masculina, mentres que a feminina tería que esperar ata 1976 para ser recoñecida. Dende ese momento, o baloncesto estivo presente en todas as edicións dos Xogos Olímpicos da era moderna.

Tamén no ano 1935 celébrase o 1º Campionato Europeo de Baloncesto Masculino, organizado pola FIBA e que supuña a consolidación e estabilización das competicións internacionais de baloncesto nos seus incios. Tres anos máis tarde, en 1938, celebraríase en Roma o 1º Campionato Europeo de Baloncesto Feminino.

En 1946 crearíase a Basketball Association of America nos E.U.A.³⁰, que tres anos máis tarde pasaría a denominarse National Basketball Association -NBA-, nomenclatura que hoxe en día segue vixente. Por aquel momento constituíase coma o máis importante espazo de competición regrada de baloncesto en norteamérica. Esta nova asociación contribuiría de xeito decisivo á consolidación do baloncesto coma un deporte prioritario en

³⁰ O 6 de xuño de 1946, varios equipos que competían na desaparecida *National Basketball League* -creada en 1937- reuníronse en Nova Iork para dar vida á *Basketball Association of America*, que en 1949 adoptaría o nome co que é coñecida na actualidade, *National Basketball Association* -NBA-. O primeiro encontro desta nova asociación disputouse o día 1 de novembro de 1946 e enfrontou aos Toronto Huskies contra os New York Knicks. Máis de 7.000 espectadores presenciaron o partido inaugural en directo no Maple Leaf Garden de Toronto -Canadá-.

norteamérica, ao tempo que, por outra banda, supuña unha división no baloncesto mundial entre as normas FIBA -a considerada Federación Internacional de Baloncesto, cuxas normas aceptan todos os países do mundo, a excepción dos E.U.A.- e as regras NBA.

2.1.3.4. Etapa 4: a técnica e a táctica

A cuarta etapa do desenvolvemento do baloncesto como deporte de equipo vai dende os anos 50' ata os anos 80' e está marcada pola evolución da técnica e táctica baloncestística e a evolución de normas e aparición de novas regras. Así, por exemplo, aparece a limitación da posesión do balón, situándose en 30 segundos por cada equipo e quenda de ataque -na actualidade a norma evolucionou ata os 24, norma que a NBA empregaba xa dende finais dos anos 80- para evitar que os equipos conservasen durante un tempo ilimitado o balón no seu poder co obxectivo de conservar unha vantaxe no marcador.

Nesta etapa tamén se consolidan as competicións internacionais de baloncesto coa celebración do 1º Campionato Mundial Masculino no ano 1950 en Arxentina e do 1º Campionato Mundial Feminino tres anos despois en Chile.

No ano 1950, ao final desta etapa, dáse un dos feitos máis importantes na historia do baloncesto xa que, por primeira vez, un xogador negro formaría parte dun equipo de baloncesto de brancos. Tratábase de Earl Francis Lloyd, xogador que abriu o camiño á integración dos negros nun deporte inventado por brancos e que, ata aquel momento, non contaba con equipos onde negros e brancos xogaran de xeito combinado.



Imaxe 7. Fotografía de Earl Lloyd, coñecido como “The Big Cat”, coa camiseta do seu primeiro equipo na NBA, os Washington Capitols. Fonte: National Basketball Association.

Ese mesmo ano, Charles "Chuck" Harrison Cooper foi o primeiro xogador negro que chegaba á NBA sendo elixido no *draft*³¹. Da mesma xeración de xogadores era Nathaniel "Sweetwater" Clifton, xogador negro tamén que se converteu no primeiro en asinar un contrato cun equipo da NBA e no terceiro en debutar nun partido, catro días despois de Earl Lloyd e un despois de Chuck Cooper.

³¹ Sistema de elección propio das ligas profesionais dos E.U.A. onde cada equipo escolle aos mellores xogadores provintes das ligas universitarias por orde inversamente proporcional á súa clasificación. É dicir, simplificando o proceso, os peores equipos son os primeiros en escoller para poder facerse cos servizos dos mellores xogadores. Cada equipo ten unha elección e escolle a un xogador. Cando todos teñen escollido a un procédese a unha segunda, terceira, cuarta, etc. roldas. Os equipos tamén empregan a súa posición de escolla no *draft* para negociar traspasos de xogadores xa que son moi valiosas na captación de novos talentos.

2.1.3.5. Etapa 5: a popularidade do baloncesto como modalidade deportiva

A quinta etapa vai dende os anos 90' ata a actualidade e supón a consolidación definitiva do baloncesto coma un dos deportes máis populares. Millóns de persoas arredor do mundo practican este deporte e seguen a diario o que acontece nas competicións nacionais así coma o que sucede noutros lugares do mundo e outras ligas gracias ás Tecnoloxías da Información e da Comunicación –TIC- é ao abaratamento e expansión da conexión a internet.

A globalización tamén chegou ao ámbito do baloncesto. Os xogadores comezaron a traspasar fronteiras en busca de novos horizontes profesionais, o mercado laboral fíxose global tamén para eles e a internacionalización da NBA³² contribuíu a que moitas figuras do baloncesto no americano pasaran a disputar a considerada mellor liga de baloncesto do mundo, levando con eles parte da atención dos públicos nacionais ata esa competición.

Nun primeiro momento, foi nos E.U.A. onde o deporte do aro se consolidou e acaprou a atención das audiencias, converténdose nun dos deportes máis practicados xunto co béisbol, o fútbol americano e o hockey sobre xeo. Máis tarde, a febre por este deporte chegou a Europa e Asia, coa expansión televisiva da liga norteamericana a todo o mundo e a chegada de xogadores do resto do mundo á considerada mellor competición: a NBA.

Nesta etapa mantéñense as regras sen moitos cambios significativos e amplíanse o número de federacións nacionais presentes na FIBA -na

³² As franquías comezaron a enviar responsables dos cadros técnicos a Europa para estudar o xogo das estrelas do vello continente co obxectivo de incorporalas aos seu planteis. Foi nesta década cando se estableceu un fluxo migratorio constante e dinámico entre o ámbito baloncestístico europeo e norteamericano.

actualidade, o número ascende a 213³³- ao tempo que o número de practicantes medra en todo o mundo. No caso español, podemos observar na seguinte táboa como o baloncesto, no ano 2011, é o segundo deporte de equipo en número de licencias federativas individuais, tan só superado polo fútbol:

Posición	Deporte	Número de licencias	Repartidas neste número de clubs
1	Fútbol	834.458	19.585
2	Baloncesto	403.561	4.288
3	Balonman	96.258	812
4	Voleibol	58.933	429
5	Rugby	22.347	214

Táboa 1. Clasificación segundo o número de licencias individuais por deportes de equipo. Fonte: elaboración propia consultando o informe do Consello Superior de Deportes do ano 2011³⁴ sobre licencias e clubs deportivos en España.

A esta popularización do baloncesto contribuíron, sen dúbida, os éxitos dos equipos españois a nivel europeo e, de maneira máis incisiva, a participación de xogadores nacionais na liga norteamericana, intensificadas ámbalas dúas circunstancias na primeira década do século XXI e consecuencia a segunda, en boa medida, da primeira. A chegada de Pau Gasol á NBA no ano 2001 seguindo o ronsel deixado no seu día por Fernando Martín³⁵ fixo que os afeccionados españois dirixiran a súa mirada, con maior intensidade, cara os E.U.A. e a súa liga. O desembarco dos españois na liga dos EUA seguiu a seguinte cronoloxía:

³³ Tal e como se recolle na páxina web da FIBA. Pódese consultar en: <http://www.fiba.com/pages/eng/fc/FIBA/quicFact/p/openNodeIDs/962/selNodeID/962/quicFacts.html> [Consulta: 10 de xaneiro de 2012]

³⁴ Pódense consultar os datos relativos ao deporte español na seguinte dirección: <http://www.csd.gob.es/csd/asociaciones/1fedagclub/view>

³⁵ Fora o primeiro español en fichar por un equipo da NBA cando, no ano 1986, se incorporara á plantilla dos Portland Trail Blazers.

Nome	Ano de debut	Equipo
Fernando Martín	1986	Portland Trail Blazers
Pau Gasol	2001	Memphis Grizzlies
Raül López	2002	Utah Jazz
José Manuel Calderón	2005	Toronto Raptors
Jorge Garbajosa	2006	Toronto Raptors
Sergio Rodríguez	2006	Portland Trail Blazers
Juan Carlos Navarro	2007	Memphis Grizzlies
Rudy Fernández	2008	Portland Trail Blazers
Marc Gasol	2008	Memphis Grizzlies
Serge Ibaka	2009	Oklahoma City Thunder
Ricky Rubio	2011	Minnesota Timberwolves

Táboa 2. Xogadores españois na NBA. Fonte: elaboración propia.

Así, o baloncesto é un dos deportes máis practicados en España e no mundo enteiro. Conta cunha infraestrutura sólida a nivel organizativo e a rede de competicións existente produce unha cantidade inxente de información que os medios de comunicación acomodan nas súas axendas informativas. A natureza desta tese de doutoramento é chegar a aprehender todos aqueles elementos que constitúen a produción disursiva dos medios de comunicación arredor do deporte do baloncesto.

2.2. A ESTRUCTURA DAS COMPETICIÓNS REGRADAS EN ESPAÑA

Antes de definir os medios de comunicación que serán obxecto de estudo nesta tese de doutoramento, a metodoloxía empregada a tal efecto e demais cuestións relativas ao proceder investigador, cremos necesario realizar un bosquexo do ámbito da realidade sobre o que os medios de comunicación trazan as construcións discursivas que nos dispoñemos a analizar.

Realizamos, a continuación, unha disección do sistema competitivo do baloncesto en España. Somos conscientes de que a realidade informativa dos medios de comunicación españois abrangue a esfera internacional pero cremos que, por proximidade xeográfica e emocional, debemos centrarnos en afondar no baloncesto español, nas súas categorías e clubs para que o lector desta tese chegue a entender, entre outras cousas, a escolla dos medios de comunicación que serán obxecto de análise nesta tese de doutoramento.

2.2.1. Da Liga Nacional de Baloncesto á competición organizada pola ACB

ACB son as siglas da Asociación de Clubs de Baloncesto, que é o organismo que reúne aos equipos que disputan a principal liga profesional de baloncesto disputada en España, a Liga ACB. A ACB é a encargada de organizar esta competición dende a temporada 1983/1984, xa que antes era a Federación Española de Baloncesto –FEB- a encargada de estruturar a liga profesional máis importante en España, a coñecida ata aquel ano como Liga Nacional ou Liga Española de Baloncesto, disputada entre 1957 e 1983. No ano 1983, a recentemente creada -por aquel entón- Asociación de Clubs de Baloncesto³⁶, decidiu organizar unha competición por conta propia. Así foi como naceu a Liga ACB, como continuadora do que era a Primeira División

³⁶ A Asociación de Clubs de Baloncesto creouse un 3 de marzo de 1982 en Madrid mediante a sinatura dunha acta notarial por parte de Carlos Casas -Manresa E.B.-, Juan Fernández -OAR Ferrol-, Santiago Toca -Valladolid C.B.-, José Cabrera -C.B. Canarias-, Ángel Palmi -C.B. Granollers-, Carlos Pastrana -La Salle Bonanova- e Santiago March -Joventut de Badalona-. Eduardo Portela e José Antonio Gasca foron os impulsores principais do proxecto que pretendía cambiar a perspectiva de organización e aproveitamento dos recursos propia da FEB para conseguir unha modernización e profesionalización do baloncesto español que permitira un achegamento ao modelo do deporte-espectáculo tendo como paradigma a NBA –baixo esta visión foi como a modalidade dos Playoffs chegou a España onde, ata aquel momento, tan só se disputaba unha liga regular que decidía o campión sen necesidade de xogar eliminatorias polo título-. O primeiro presidente da ACB foi Antonio Novoa, máximo dirixento do C.B. Granollers. Ademais, hai que destaca que o primeiro presidente da ACB que non estaba vinculado directamente a ningún club asociado foi Evaristo del Río e o segundo Eduardo Portela, que ocupa o cargo dende 1990 ata a actualidade.

da Liga Nacional de Baloncesto, a máxima categoría do baloncesto español e, polo tanto, a competición profesional de maior importancia.

Dende a temporada 1957/1958, cando se disputou a primeira Liga Nacional organizada pola FEB³⁷ ata a temporada 2009/2010, un total de 73 clubs de baloncesto pasaron pola máxima categoría do baloncesto español. A relación histórica de equipos participantes na Primeira División da Liga Nacional de Baloncesto, nun primeiro momento³⁸, e na Liga ACB³⁹ é a seguinte⁴⁰:

- Club Baloncesto Sevilla
- Club Baloncesto Málaga
- Club Baloncesto Granada
- Club Baloncesto Caja Ronda
- Mayoral Maristas
- Sevilla Fútbol Club
- Club Baloncesto Ciudad de Huelva
- Bàsquet Club Andorra⁴¹
- Club Baloncesto Zaragoza
- Club Baloncesto Iberia
- Basket Zaragoza 2002

³⁷ Antes, o baloncesto en España carecera dunha estrutura de competición estable. Disputábanse torneos rexionais ou nacionais anualmente –como pode ser o caso da Copa do Rei– pero non existía un campionato a nivel nacional de carácter permanente.

³⁸ 1957-1983.

³⁹ dende 1983 ata a actualidade.

⁴⁰ Os nomes que aquí se recollen son os que empregaron os clubs no momento de se inscribir na competición. Aqueles que mantiveron a categoría durante anos puideron cambiar de nome debido á entrada en escena dalgún patrocinador.

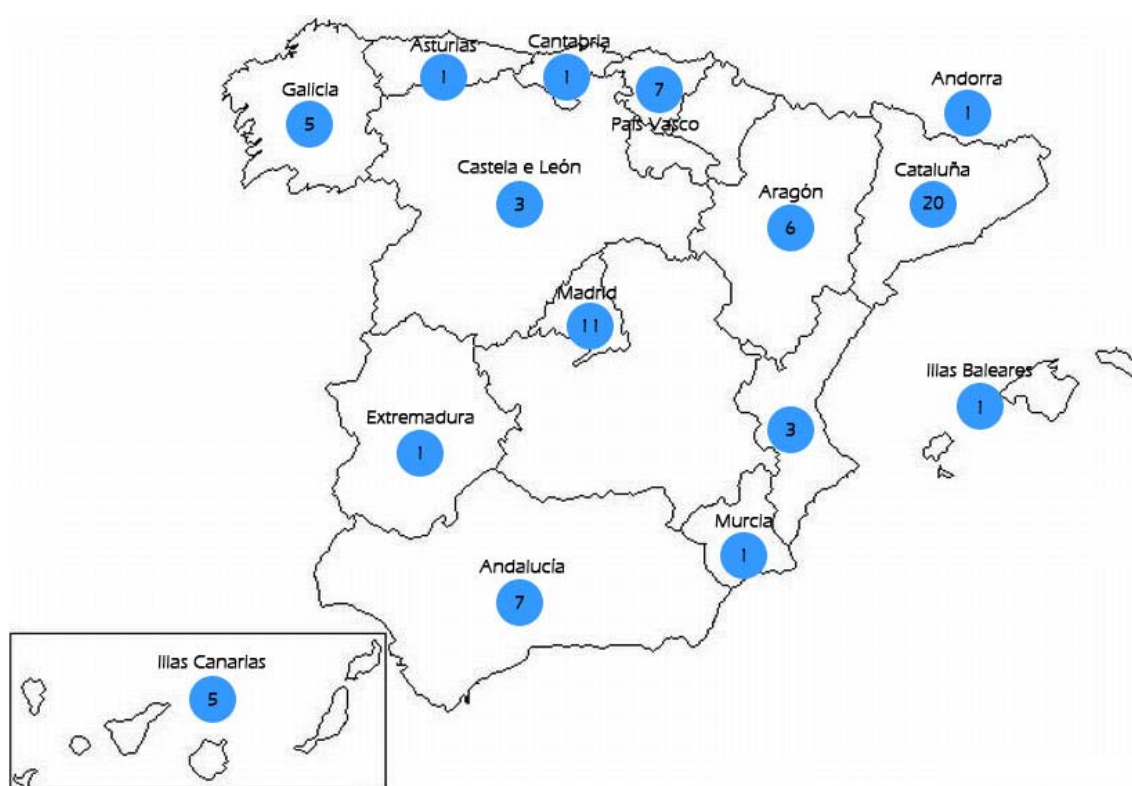
⁴¹ Este equipo, a pesar de ter a sede no Principado de Andorra, competiu durante 4 anos na máxima categoría do baloncesto español.

- Club Tritones
- Real Zaragoza
- Baloncesto Peñas Huesca
- Gijón Baloncesto
- Menorca Bàsquet
- Club Baloncesto Gran Canaria
- Real Club Náutico Tenerife
- Club Baloncesto Canarias
- Tenerife Amigos del Baloncesto
- Tenerife Club de Balocnesto
- Club Baloncesto Valladolid
- Baloncesto León
- Club Baloncesto Salamanca
- Alerta Cantabria Lobos
- Granollers Esportiu Bàsquet
- Club Bàsquet Girona
- Fútbol Club Barcelona
- Joventut de Badalona
- Bàsquet Manresa
- Real Club Deportivo Español
- Picadero Jockey Club

- Círcol Catòlic de Badalona
- U. E. Mataró
- Club Bàsquet L'Hospitalet
- UDR Pineda
- Lleida Bàsquet
- U. E. Montgat
- Club Baloncesto San Josep Irpem
- Aismalíbar Montcada
- Club Baloncesto Orillo Verde Sabadell
- Club Deportivo Layetano
- Club Bàsquet Mollet
- C. E. La Salle
- C. B. Manresa
- Cáceres Club Baloncesto
- Club Baloncesto Breogán
- OAR Ferrol
- Club Baloncesto Ourense
- Obradoiro Clube de Amigos do Baloncesto
- Club Bosco
- Baloncesto Fuenlabrada
- Club Baloncesto Estudiantes

- Real Madrid Club de Fútbol
- Real Canoe Natación Club
- Club Baloncesto Hesperia
- C. Vallehermoso OJE
- Club Baloncesto Tempus
- Club Baloncesto Collado Villalba*
- Club YMCA
- Club Agromán
- Club Baloncesto Caja Madrid3
- Club Baloncesto Murcia
- Valencia Basket Club
- Club Baloncesto Lucentum Alicante
- Club Bàsquet Llíria
- Club Águilas de Bilbao
- Baskonia
- Sociedad Deportiva KAS
- Club Basket Bilbao Berri
- Club Baloncesto Caja Bilbao
- Club de Baloncesto Askatuak
- San Sebastián Gipuzkoa Basket Club

É interesante analizar esta listaxe de equipos dende unha perspectiva xeográfica para ver que comunidades autónomas levan aportado un maior número de equipos á competición de máximo nivel española no deporte do baloncesto. Se obxervamos o seguinte mapa, poderemos facer unha composición de como se distribúe, historicamente, o baloncesto de alto nivel no territorio español⁴² segundo o número de equipos que participaron na máxima categoría do baloncesto español dende o ano 1957 alomenos durante unha tempada:



Gráfica 1. Mapa coa distribución por Comunidades Autónomas dos equipos que participaron nalgũa tempada na máxima categoría do baloncesto español dende o ano 1957 ata a actualidade.

Fonte: elaboración propia.

Obsérvase unha clara predominancia de equipos cataláns e madrileños, mentres que quedan nun segundo chanzo no referente á representación histórica comunidades coma o País Vasco, Andalucía, Aragón e Galicia. A reflexión sobre esta distribución será a que, ademais doutros motivos que

⁴² Veremos que aparece representado o Principado de Andorra xa que un equipo dese país competiu na máxima categoría do baloncesto español.

logo explicaremos⁴³, nos axude a definir os medios de comunicación que serán obxecto de estudo nesta tese de doutoramento.

2.2.2. Clubs participantes nas competicións organizadas pola ACB na tempada 2009/2010 a modo de contextualización contemporánea do baloncesto en España

A ACB é o organismo que estrutura e dá estabilidade, polo tanto, á liga profesional de maior rango baloncestístico en España. O calendario para a temporada 2009/2010 iniciouse coa celebración da Supercopa ACB, a primeira cita oficial que, organizada polo club Gran Canaria 2014, se disputou os días 2 e 3 de outubro do ano 2009. O torneo contou coa participación do Regal F.C. Barcelona -na súa condición de campión da Liga ACB da temporada 2008/2009-, Caja Laboral -como campión da Copa do Rei⁴⁴ disputada na temporada 2008/2009-, o Real Madrid -equipo que, non sendo o anfitrión nin o campión da anterior edición da Liga ACB ou Copa do Rei, tiña o mellor balance de resultados computando as competicións nacionais e internacionais da temporada 2008/2009- e, por último, o anfitrión, o Gran Canaria 2014.

A fin de semana seguinte á celebración da Supercopa ACB, os días 10 e 11 de outubro de 2009, comezou a Liga ACB. Esta competición contou con 34 xornadas nas que se disputaron 306 encontros de liga regular, sendo a última xornada os días 15 e 16 de maio do ano 2010. O campionato xógase nun

⁴³ Vid punto 5.1.2.

⁴⁴ A Copa do Rei é unha competición que se disputa entre os 8 equipos mellor clasificados ao rematar a primeira fase da temporada -cando todos os equipos xogaron un partido contra cada un dos rivais que compite na Liga ACB-; o anfitrión, aquel equipo que presta as súas instalacións e organiza o evento conta con praza fixa, polo que no caso de non se atopar entre os 8 primeiros clasificados a metade de temporada tan só conseguen praza para a disputa deste torneo os 7 primeiros, completando o cupo de 8 para disputar as eliminatorias nun formato de tres fases -cuartos de final, semifinais e final- o propio anfitrión. A Copa do Rei da temporada 2009/2010 disputouse entre os días 18 e 21 de febreiro do ano 2010 e foi o Regal Fútbol Club Barcelona o gañador tras imporse na final ao Real Madrid Club de Fútbol por 80 a 61.

formato mixto de liga regular e *playoff*⁴⁵, polo que unha vez rematada a competición regular⁴⁶ disputáronse as eliminatorias polo título entre os 8 equipos mellor clasificados na primeira fase da competición . As eliminatorias⁴⁷ polo título comezaron o 20 de maio e remataron o 10 de xuño dese mesmo ano, 2010, coa victoria do clube Caja Laboral Baskonia ante o F.C. Barcelona Regal por un cómputo de 3 victorias a 0⁴⁸.

Os equipos que disputaron as diferentes competicións organizadas pola ACB -Asociación de Clubs de Baloncesto- foron, na temporada 2009/2010 os seguintes:

Nome do equipo	Cidade de orixe
Blancos de Rueda Valladolid	Valladolid
Lucentum Alicante	Alicante
Ayuda en Acción Fuenlabrada	Fuenlabrada
Regal F.C. Barcelona	Barcelona
Lagun Aro GBC	San Sebastián
Cajasol	Sevilla
DKV Joventut	Badalona

⁴⁵ Esta modalidade competitiva foi incorporada nesta última etapa, onde é a ACB a organizadora do campionato. Cando era a FEB a que organizaba a Liga Nacional de Baloncesto, a competición era unha liga no senso estrito da palabra. Non existían os *playoffs* e o gañador coñecía logo de que todos os equipos disputaran dous partidos contra cada un dos outros participantes –un en campo propio e outro en campo contrario-. A cada vitoria asignábaselle un valor e o que máis puntos tiña ao remate da tempada proclamábase campión.

⁴⁶ Disputada nunha modalidade de liga onde cada equipo xoga dous partidos contra cada un dos outros conxuntos, un en campo propio e outro como visitante.

⁴⁷ Os Playoffs xóganos os 8 mellores clasificados ao finalizar a liga regular. Os emparellamentos establécense do seguinte xeito: o 1º compite co 8º nos cuartos de final, o 2º co 7º, o 3º co 6º e o 4º co 5º. Esta primeira rolda das eliminatorias, os cuartos de final, teñen como obxectivo que un dos equipos chegue ás 2 victorias sobre un total de 3 encontros como máximo. A seguinte rolda enfronta ao vencedor da eliminatoria 1º/8º co gañador entre o 4º/º5 por unha banda e, pola outra, aos vencedores do 2º/7º e 6º/4º. Tanto esta fase de semifinais coma a final, a diferenza do que acontecía nos cuartos de final, despútanse ao mellor de 5 partidos, co obxectivo de que un dos equipos chegue a 3 victorias para proclamarse vencedor.

⁴⁸ Hai que recordar neste punto que a final se disputa ao mellor de 5 partidos, polo que resulta vencedor aquel equipo que consiga 3 victorias en primeiro lugar.

C.B. Granada	Granada
Gran Canaria 2014	Gran Canaria
Bizkaia Bilbao Basket	Bilbao
MMT Estudiantes	Madrid
Power Electronics Valencia	Valencia
C.B. Murcia	Murcia
Real Madrid	Madrid
Suzuki Manresa	Manresa
Caja Laboral	Vitoria
Unicaja	Málaga
Xacobeo Blu:Sens	Santiago de Compostela

Táboa 3. Clubs que participaron na Liga Endesa 2009/2010.

Segundo a cidade de orixe dos diferentes equipos que desputaron a temporada 2009/2010 da Liga ACB podemos observar que hai catro Comunidades Autónomas que concentran a máis metade dos conxuntos⁴⁹: Madrid, Cataluña, País Vasco e Andalucía. Estas rexións, con 3 equipos cada unha participando na máxima competición do baloncesto nacional, contan cunha maior representación no deporte do aro fronte a outras como Valencia –con dous equipos na elite do baloncesto español- ou Castela León, Canarias, Murcia ou Galicia, que contaban durante esta temporada 2009/2010 cun representante na Liga ACB.

2.2.3. As competicións organizadas pola Federación Española de Baloncesto (FEB)

A Federación Española de Baloncesto –FEB- é a encargada de artellar todas as categorías do baloncesto nacional a excepción da Liga ACB que, como

⁴⁹ Das 17 Comunidades Autónomas que compoñen España teñen representación na Liga ACB a través dalgún equipo 9.

vimos, está organizada e dirixida pola Asociación de Clubs de Baloncesto. A FEB organiza as seguintes competicións⁵⁰:

- Liga LEB Ouro: a Liga Española de Baloncesto –LEB- na súa categoría “Ouro” é o segundo chanzo na competición baloncestística española en canto a importancia. Ata o ano 1996 era coñecida co nome de “Primeira División” pero nese ano pasou a adoptar a nomenclatura actual. Na temporada 2009/2010 contou con 18 equipos e o formato no que se compite é parecido ao da Liga ACB xa que hai unha temporada regular e logo despútanse os *playoffs* de ascenso á Liga ACB. No caso da LEB Oro ascenden o campión da competición regular⁵¹ mailo campión das eliminatorias finais ou *playoffs*, nas que compiten os equipos clasificados entre o posto 2º e o 9º⁵².
- Liga LEB Prata: Esta categoría do baloncesto español está dividida en dous grupos, os denominados “A” e “B” e, globalmente, contou con 21 equipos inscritos durante a temporada 2009/2010.
- Liga Feminina: é a máxima categoría do baloncesto feminino español. A temporada 2009/2010 desputaron esta categoría 14 equipos.
- Liga Feminina 2: é a segunda categoría en importancia do baloncesto feminino español e na temporada 2009/2010 competiron nela 30 equipos divididos en dous grupos, o “A” e o “B”.

⁵⁰ A pretensión deste traballo non é explicar o funcionamento pormenorizado das competicións do deporte do baloncesto en España, pero si cremos necesaria a elaboración dun marco contextual que permita, noutros puntos desta tese de doutoramento, entender certas decisións e escollas relativas ao espazo temporal da investigación así coma á mostra obxecto de estudo.

⁵¹ De xeito directo, ao proclamarse campión da categoría.

⁵² Enfróntanse o mellor clasificado co peor do seguinte xeito: 2º/9º; 3º/8º; 4º/7º; 5º/6º. O vencedor do enfrontamento 2º/9º xoga as semifinais contra o gañador da eliminatoria 5º/6º mentres que o da 3º/8º o fai contra o da 4º/7º. Os dous equipos que chegan á última fase xogan a final ao mellor de 5 partidos –o que antes gañe 3 encontros- e ascende.

- Liga EBA: a Liga Española de Baloncesto Amateur -EBA- está dividida en 5 grupos ou competicións establecidos en base a criterios xeográficos. Os grupos son coñecidos polas letras “A”, “B”, “C”, “D” e “E” e, globalmente, disputan a Liga EBA 78 conxuntos espallados pola xeografía española.
- Circuito Sub-20: a FEB coida das categorías inferiores organizando unha competición a nivel estatal para que os equipos das canteiras dos clubs poidan competir a nivel nacional nunha lixueira na categoría de menos de 20 anos. Esta competición só se disputa en categoría masculina.
- Campionatos de España: é cometido da FEB organizar as competicións das que saen os campións nacionais en todas as categorías inferiores -mini, infantís, cadetes e junior-.
- Seleccións absolutas: por último, a FEB é a encargada de designar un adestrador nacional en cada categoría⁵³ para que faga a selección dos mellores xogadores españois e conforme un equipo co que competir nos distintos campionatos de carácter internacional.

Os medios de comunicación españois, seguindo a actualidade dos equipos nacionais, dos xogadores españois que xogan no estranxeiro e a propia cobertura de información sobre o deporte do baloncesto publican textos relativos a outras competicións e ámbitos –ligas europeas, liga profesional norteamericana ou NBA, competicións de carácter continental, por exemplo-

⁵³ A FEB conta con seleccións nacionais en 8 categorías: Senior -ou Absoluta A-, Promesas -ou Absoluta B, é unha selección de xogadores que compiten en amigables ou competicións menores para formarse e estar dispoñibles para a Absoluta A se así o quixer o seleccionador nacional; trátase dunha sorte de combinado onde se atopa o segundo mellor grupo de xogadores españois, ao entender dos seleccionadores da FEB-, U-20, U-19, U-18, U-17, U-16, e U-15 -“U” representa a primeira letra do vocablo inglés “under” que, neste caso significa que todos os xogadores seleccionados teñen igual ou menor idade cá expresada a continuación na nomenclatura da categoría da selección en cuestión-.

pero consideramos que explicando o funcionamento das competicións do deporte do aro en España cubrimos a necesidade primaria de entender como se producen os acontecementos e quen son os actores principais nacionais e dos que os medios de comunicación reciben unha maior cantidade de información.

Unha vez debuxado o boceto de como funciona o deporte do baloncesto en España, podemos xa pasar a definir os obxectivos, as hipóteses, a delimitación da mostra e temporal do traballo de investigación e as técnicas de pesquisa que empregamos para dar forma á metodoloxía que sustenta esta tese de doutoramento. Fixemos esta síntese de máis de cen anos de historia do deporte do aro e das competicións que se disputan no noso país porque cremos que era necesario coñecer o ámbito do baloncesto a nivel nacional para poder entender a investigación no seu conxunto e o porque de moitas das decisións que se tomarán a partir deste primeiro chanzo de recoñecemento do sistema de competición deste deporte así coma do coñecemento da súa historia e a súa evolución ao longo da historia.

3. BOSQUEJO DO JORNALISMO ESPECIALIZADO

3.1. CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA

3.1.1. A crise da prensa como orixe

As especialización é un termo que define unha determinada maneira de entender o xornalismo que non tería cabida na conceptualización actual do concepto xornalístico a non ser polo acontecido no século XVIII. É neste momento, coa apertura legal que se consegue na Revolución Francesa, cando o feito da especialización comeza a traducirse en cambios operativos na produción da información.

Os séculos XVIII⁵⁴ e XIX foron un fervedoiro de novas prácticas no mundo do xornalismo, de avances cara o que hoxe coñecemos como especialización xornalística, xa que apareceron os artigos de opinión, o xornalismo crítico e especializado, os suplementos, os dominicais, etc. Son todos eles mostra dun ánimo de especialización patente na época que, co paso do tempo e coa evolución experimentada conseguiron establecerse como prácticas de referencia na profesión periodística. Ademais, como aseguraba Bernardo Díaz Nosty no informe que redactou sobre o estado do xornalismo para os anos 1997 e 1998, razóns de índole comercial tamén deixan entender que son aqueles produtos que se poden considerar temáticos os que teñen a iniciativa e a capacidade para medrar, mentres que os xeralistas perden o pulo que ata o momento os caracterizaba entre a sociedade (Díaz Nosty, 1998: 33).

3.1.2. Navegando entre as luces da radio e a televisión e o xornalismo explicativo da prensa

Os primeiros que toman a iniciativa dunha especialización máis profunda son os *magazines*, que nun primeiro momento especialízanse en sectores de público determinados para nunha segunda etapa facelo en contidos. Así, a partir do último terzo do século XIX vemos como as revistas comezan a atender as demandas, cada vez máis atomizadas, dunhas audiencias que reclaman contidos especializados. Alén disto, a aparición da radio e a televisión e a consecuente reestruturación da prensa conlevou que se puideran distinguir dous niveis de información, como ben apuntan Pedro Orive e Concha Fagoaga (Orive e Fagoaga, 1974: 69), teóricos pioneiros na investigación do xornalismo especializado.

⁵⁴ Algúns autores mencionan o século XVIII coma o “albor de la prensa especializada” en España (Fernández Sanz, 2002: 94-95).

Así, atopámonos ante o seguinte panorama:

- a) Un primeiro nivel, no que se atoparían a radio maila televisión, que reflicten a nova a modo de espello no que se mira unha realidade “que no sabe de especialidades” (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 13).
- b) Un segundo nivel, no que a prensa escrita emprega o xornalismo explicativo, cunha maior carga de interpretación e cun afán de afondamento nos feitos propios desta modalidade. Este nivel incorpora á realidade reflectida elementos valorativos, contextualización –antecedentes, causas e previsións dos efectos- e, en definitiva, unha dose de opinión argumentada e fundamentada en parcelas que atinxen ao feito que aos medios que ocupan o primeiro nivel se lles escapan polo seu afán e necesidade de rapidez na transmisión de noticias.

“[...] Aquella estructura que analiza la realidad proporcionando a los lectores una interpretación del mundo lo más acabada posible, acomodando el lenguaje a un nivel en que se determine el medio y profundizando en sus intereses y necesidades. Como un servicio a la sociedad actual que continuamente refleja los diferentes estados de las opiniones públicas” (Orive e Fagoaga, 1974: 69).

Pero, a primeira mostra dunha especialización clara no xornalismo moderno –a partires do século XIX-, segundo Fernández del Moral e Esteve Ramírez é o paso do periodismo ideolóxico e dogmático a un xornalismo informativo, a que consideran “especialización profesional hacia el periodismo como fenómeno específico y hacia la información como ciencia”. A segunda evolución que referencia estes autores é a que atinxe ao xornalismo explicativo, “la que se adentra ya en los contenidos como parcelas del conocimiento especializado” (Fernández del Moral e Esteve Ramírez, 1993:

71). Estes autores cren que a evolución definitiva do xornalismo na dirección da especialización no se deu ata despois da II Guerra Mundial. Ademais, relacionan esta evolución á Teoría da Responsabilidade Social da Prensa, que cren “cuestión de vital importancia para situar precisamente los orígenes prácticos y conceptuales de un ‘periodismo especializado’” (Fernández del Moral e Esteve Ramírez, 1993: 83). É neste momento cando o Xornalismo Especializado comeza a se converter no nexo de unión entre as diferentes parcelas do coñecemento –fomentando e contribuíndo á comunicación entre especialistas- así como entre os ámbitos de coñecemento e a sociedade practicando unha intensa e eficaz labor de divulgación. Así, o Xornalismo Especializado “surge para posibilitar que el periodismo penetre en el mundo de la especialización científica⁵⁵: para hacer de cada especialidad algo comunicable periodísticamente” (Fernández del Moral e Esteve, 1993: 193).

Autores como Martínez Albertos sitúa o nacemento do xornalismo especializado nos anos 50'. Para outros comeza máis tarde⁵⁶, e unha das súas consecuencias é que co comezo da especialización nas temáticas xornalísticas comeza a crise dos temas “clásicos” da información xeral⁵⁷, pero nacen outros novos para paliar a súa ausencia.

A segunda metade do século XX é un momento no que o benestar económico experimentado nos principais países occidentais permite ás sociedades

⁵⁵ Podemos recordar neste punto o pensamento de Paul Feyerabend cando escribiu *La ciencia como un arte*: son os propios expertos os que impiden a dinamización do pensamento crítico da sociedade empregando unha linguaxe opaca e difícil de comprender para os seus lectores (Feyerabend, 1985).

⁵⁶ Tuñón (1993: 92) sitúa a aparición do xornalismo especializado nos anos 70', nos Estados Unidos, onde os xornais ampían as seccións a temas da vida cotiá dos seus lectores como medio ambiente ou economía. En cambio, Muñoz-Torres (1997: 27) fala de finais dos anos 80' como contexto de nacemento do xornalismo especializado, xa que é o momento no que aparecen seccións estables – *The New York Times* reforza a súa oferta informativa cunha sección sobre ciencia en 1978.

⁵⁷ Nos Estados Unidos desaparecen moitas revistas e publicacións que tiñan os temas “clásicos” como contidos esenciais, pero nacen outras publicacións especializadas que cubren as necesidades e demandas das audiencias particulares.

dedicar máis tempo ao ocio, polo que cobran forza moitas facetas da vida cotiá que antes estaban nun segundo plano –coma a música, por exemplo- e que supoñen o alimento e *leit motiv* da aparición destas novas publicacións, para ocuparse de temas sobre os que a sociedade demanda información. Ademais, é dende esta época cando os avances tecnolóxicos⁵⁸ se suceden a gran velocidade, propiciando unha maior atomización e, polo tanto, especialización das audiencias, dos contidos e tamén dos medios de comunicación. No caso español, é de vital importancia para a aparición de experiencias especializadas na prensa a *Lei sobre inversiones extranjeras* que se aproba no ano 1982, que supón unha superación da *Lei de Prensa e Imprenta* establecida durante o réxime -en 1966-. Máis tarde, no Real Decreto de 1986, aparece o *Reglamento de Inversiones Etranxeiras en España*, que regulariza, estrutura e legisla as inversións estranxeiras.

Esta nova etapa aberta pola lei do 82' e continuada polo Real Decreto do 86' permite a entrada de capital estranxeiro e unha boa parte vai parar á empresas editoras, coincidindo no momento no que os contidos especializados son reclamados polas audiencias e tamén polo propio desenvolvemento estrutural dos medios. O resultado é a aparición de numerosas experiencias editoriais especializadas financiadas con capital foráneo.

3.1.3. O boom da especialización da segunda metade do século XX

A partir deste momento, de mediados do século XX, é cando comeza a especialización con maiúsculas, como nos recorda Quesada (1998: 27-28). Será nos anos 50', nun contexto de crise e de competencia coa

⁵⁸ Esteve Ramírez é un dos autores que afirma que “las mayores posibilidades de edición y difusión de los medios impresos facilita una aproximación entre los intereses de los usuarios y la oferta de los contenidos adecuando los mismos a la demanda de la audiencia. Así surgen los medios especializados en respuesta a intereses específicos de los distintos sectores de la sociedad” (Esteve Ramírez, 1999: 248).

instantaneidade da radio maila televisión cando a especialización da prensa colla o pulo necesario como para converterse na corrente dominante. Así, a especialización da prensa non é outra cousa máis ca unha saída cara adiante duns xornais que se vían obsoletos ante a aparición de novos medios de comunicación baseados en novas tecnoloxías. O profesor Fernández del Moral (citado en Quesada, 1998: 27), recolle un listado dos piares nos que se asentaría a crise mundial da prensa⁵⁹:

- Crise económica xeral.
- Crise do papel para a prensa.
- Crise da distribución da prensa.
- Competencia entre os medios.
- Crise dos contidos informativos e da súa credibilidade⁶⁰.

Nestes puntos afondaban moitos dos directores de xornais enquisados por Orive e Fagoaga⁶¹ cando establecían as razóns polas que a especialización sería a solución á crise que os estaba a afogar (Orive e Fagoaga, 1974: 102-103):

- O ámbito da noticia é cada vez máis cousa da radio e a televisión.
- Debido á rapidez informativa inherente ao audiovisual.

⁵⁹ Como comprobamos, na actualidade cúmprense todos e cada un dos elementos nos que se asenta, segundo Fernández del Moral, a crise mundial da prensa. Estamos ante ciclos que se repiten con características similares ou mesmo idénticas.

⁶⁰ A credibilidade do xornalismo, dos xornalistas e, polo tanto, dos contidos, vese afectada ciclicamente polo “rechazo mostrado por la sociedad, representada en su origen por los sabios y, mucho más tarde, por los políticos, los hombres de negocios o los ciudadanos corrientes, que veían la prensa como un revulsivo lleno de simplificaciones, exageraciones o falsedades” (Quesada, 1998: 29). Esta crise de credibilidade dos contidos ofrecidos a través da prensa foi a que propiciou a aparición dun libro que supuxo a consolidación da primeira corrente crítica para coa credibilidade do xornalismo. Así, en 1859, publicouse *Our Press Gag, Or a Complete Exposition of the Corruption and Crimes of the American Newspapers*, escrito por Lambert A. Wilmer.

⁶¹ Enquisa realizada por Orive e Fagoaga a unha vintena de directores de xornais españois co tema da especialización e o futuro do xornalismo como contexto.

- Porque a primeira información corresponde a outro medio: a televisión, radio e o que veña. O papel do xornal é o de complementar documentado o feito noticioso.
- Porque así o demandan os lectores.
- Porque a progresiva tecnificación da vida incrementa cada día máis o nivel cultural dos lectores e esixe un maior rigor nas orientacións e plantexamentos.
- Porque cada vez é máis difícil vender diarios de información xeral.
- Porque é un instrumento de loita contra outros medios audiovisuais, sen prexuízo de que un xornal deba recoller todo o que lle interesa ao lector.
- Pola necesidade de parcelar por afinidades os coñecementos sobre o mundo que nos rodea, cada vez máis extenso e confuso.
- ¿Especialización? Toda a que un adecuado ordenamento do xornal esixa, tendo presente que o periódico axuda a crear criterio a través dun contido ameno.
- Porque é imprescindible para o futuro da profesión segundo demostran outros países.

É neste novo contexto de atomización e diversificación da demanda informativa onde se lexitima con máis forza a aparición de publicacións de carácter especializado, que apostan por contidos individualizados para satisfacer as demandas dunha sociedade que, cada vez máis, presenta múltiples intereses, múltiples focos de atención e múltiples necesidades informativas.

Alén disto, segundo Quesada, hoxe en día a especialización, ademais da necesidade que acabamos de explicar, é “una simple cuestión de

supervivencia, y no deja de ser, además, el atisbo de una vía de solución a la crisis de lectores en la que todavía hoy sigue sumida la prensa” (Quesada, 1998: 27).

Esta lexitimación pragmática que a profesora Quesada fai da aparición da especialización da prensa entronca directamente co dobre motivo exposto por Fernández del Moral e Esteve Ramírez para a aparición do xornalismo especializado. Así, estes autores falan de:

- a) **Unha razón nobre:** para levar ata as últimas consecuencias na práctica xornalística a teoría da responsabilidade social.
- b) **Unha razón comercial:** a especialización como escusa para “compartimentar más aún la explicación de la realidad e incentivar en el consumidor -la audiencia sólo como cliente- la necesidad de satisfacción de nuevas necesidades sofisticadas -periódicos sobre ‘hobbies’-” (Fernández del Moral e Esteve Ramírez, 1993: 88-89).

Esta segunda motivación parece ser a predominante para moitos autores, como é o caso de Txema Ramírez de la Piscina, que falan da especialización en termos de modalidade capacitada para “descubrir espacios de demanda por agregación de segmentos de mercado internacionales adscritos a una misma definición lingüística y cultural”, permitíndolle á oferta especializada “operar sobre segmentos socioeconómicos y culturales muy definidos e independientes del lugar geográfico en el que se encuentran” e buscar “afinidades culturales y temáticas que se convierten en el resguardo distintivo frente a los valores más estandarizados de la cultural global dominante” (Ramírez de la Piscina, 1999a). Ademais, a consolidación de internet como vehículo da información provocou que os esforzos en termos de especialización dos medios se redobrasen nun marco de “reordenación funcional y estructural de las empresas, producida por las nuevas exigencias de las audiencias y la creciente competitividad informativa: a mayor

ampliación de los contenidos informativos, mayor necesidad de los periodistas especializados” (Ramírez de la Piscina, 1999a). Neste senso, como xeito de asentar o seu papel na sociedade e manter a fidelidade dos lectores, convén recordar unha das razóns polas que o xornalismo tomou o camiño da especialización, aquela que nos fala da necesidade de acadar unha maior calidade nos seus contidos así coma un maior afondamento nos temas (Fernández del Moral e Esteve, 1993: 53). Foi a aposta pola calidade nos contidos tamén a que levou á prensa á práctica da especialización, a necesidade de atender a demanda de contidos de calidade por parte das audiencias de intereses atomizados.

Así, vemos como en períodos de crise o xornalismo se repensa e transforma para continuar exercendo a súa labor social, marcado sempre pola súa perspectiva de empresa de comunicación que debe render contas aos seus inversores e obter o maior índice de produtividade posible. Son tempos difíciles, nos que moitas experiencias xornalísticas vén como se torce o seu futuro, pero tamén existen moitas outras que triúnfan e fan da especialización e da aposta polos contidos e pola oferta de calidade a súa táboa de salvación⁶².

⁶² Interesante é ler o artigo publicado por Juan Varela (Varela, 2012) en *estrelladigital.es* baixo o título “La prensa se rinde” onde fai unha lectura crítica da situación dos medios de comunicación en España por contraposición con casos a nivel europeo. Varela presenta un panorama moi difícil, con caídas de ingresos por publicidade moi grandes nos xornais impresos dos grupos mediáticos e o relevo non culminado por parte dos ingresos acadados a través da publicidade online nas cabeceiras dixitais. Porén, neste contexto, fala de exemplos europeos –coma o do *diario i* en Gran Bretañaou o *Welt Kompakt* en Alemaña- que están atopando un camino de rentabilidade para o produto xornalístico.

3.2. DOS CONTIDOS PARA AS AUDIENCIAS DE MASAS AO XORNALISMO ESPECIALIZADO

3.2.1. A Sociedade Postindustrial: o gran cambio

Nun primeiro momento, e como punto de partida desta tese de doutoramento, propoñémonos situar dun xeito máis exacto o proxecto e a materia de análise sobre a que asenta o traballo que nos dispomos a comezar. Así, prestaremos atención neste punto á transición entre os contidos producidos para unha “audiencia masa” e a especialización de audiencias, de intereses e tamén, como non, de contidos.

Na sociedade cambiante na que vivimos, e axudadas pola constante e imparable evolución das tecnoloxías da/para a información, as necesidades de información da poboación xurdiron dun xeito espectacular e afirmáronse coma unha das preocupacións máis grandes dos individuos que conforman as sociedades. Así, nun primeiro momento, fíxose necesaria unha reformulación do xornalismo en busca dun rigor, dunha interdisciplinabilidade e dun afondamento de perspectiva multidisciplinar e multicausal naqueles feitos que polas súas características se habían converter en acontecementos noticiosos e susceptibles de ser expostos na palestra pública polos medios de comunicación.

Así, Rafael Llano (Llano, 2008: 104-106) sitúa a fenda das audiencias nos anos 60' e 70', cando os demandantes de información xa non son unha “masa amorfa” –senón unha cidadanía cada vez máis formada e dona das súas propias opinións grazas á xeralización da ensinanza superior universitaria, entre outros feitos- e os editores e xornalistas así o comezan a entender. Xa non están a producir información para unha masa da que só importa a cantidade –como sucedía coas audiencias de principios do século XX, cando o éxito viña dado pola maior cantidade de audiencia á que se conseguía chegar coa mesma mensaxe-, senón que se trata de audiencias con gustos e ideas dispares, capacitadas para a crítica que “obrigan” aos medios a especializarse apra poder cumprir coas súas necesidades.

A primeira fase da evolución da sociedade de masas caracterizouse pola busca dunha dinámica que, aplicada ás rutinas e prácticas xornalísticas, permitise optimizar os fluxos de transmisión de coñecementos, datos e informacións co obxectivo de conseguir un maior grao de satisfacción no público e tamén nas fontes informativas, necesitadas dunha canle na que dar cabida á súa necesidade de informar. A especialización xorde pola “necesidad de que los tradicionales medios de comunicación cumplan ahora

la función de ser los instrumentos integradores, capaces de reflejar con fidelidad el orden económico, político, social y cultural establecido, y sean a la vez elementos clave para su comprensión, desarrollo y mantenimiento” (Quesada, 1998: 12).

Pero, sen dúbida, o punto de partida do xornalismo especializado e da especialización temática xornalística sitúase na Sociedade Postindustrial na que vivimos. Daniel Bell (Bell, 1991: 64) establece catro piares nos que descansa a significación desta nova forma que adopta a sociedade, dos que nos interesan especialmente tres⁶³:

- a) A consolidación da ciencia e dos valores cognoscitivos como necesidade básica da sociedade.
- b) O procesos políticos ven como os científicos e economistas teñen máis peso na toma de decisións, por tratarse estas cada vez en termos máis técnicos.
- c) Tendencia á burocratización do traballo intelectual, que deixa en evidencia e limita a concepción tradicional dos valores intelectuais.

Son todos eles elementos que falan da emerxencia dunha nova sociedade onde se cuestiona a tradicional concepción da distribución da riqueza, o poder e o estatus.

⁶³ O cuarto punto do que fala Bell é o da “creación y extensión de una *intelligentzia* técnica [que] plantea problemas cruciales sobre la relación entre el técnico y el intelectual”.

E se Bell estableceu os elementos de significación da Sociedade Postindustrial, Niklas Luhmann⁶⁴ esculpiuna intelectualmente en base a cinco rasgos definitorios:

- Inmenso incremento do coñecemento⁶⁵ sobre os feitos da vida -tendo sempre como referencia á antecesora Sociedade Industrial-.
- Saber científico universalmente estendido, do mesmo xeito que tamén están dispoñibles os logros da tecnoloxía.
- Unha opinión pública mundial.
- Unha interacción da actividade económica.
- Unha civilización da viaxe, onde un home cunha educación urbana sabe a que aterse en calquera lugar do mundo.

É neste contexto⁶⁶ onde os valores tradicionais do xornalismo se viron confrontados cos principios impostos polo capitalismo triunfante e a globalización económica. É Luis Álvarez Pousa (en Fernández del Moral, 2004) o que bosquexa as características da información no novo contexto mundial globalizado e dominado polo capitalismo. Sintetizamos as ideas que consideramos máis relevantes nos tres puntos seguintes:

- Por unha banda, a nova orde e contexto mundial e globalizado amosan tendencias que indican procesos de converxencia tecnolóxica e económica así coma unha caste de capitalismo dixital –engadimos aquí: dentro dos grupos mediáticos e tamén entre diferentes empresas- que provocan unha concentración empresarial, unha

⁶⁴ Citado en Quesada, 1998: 12.

⁶⁵ Coñecemento que preocupa tamén dende a perspectiva de recuperación desa información. Aumenta dun xeito exponencial o número de ‘elementos’ que configuran o coñecemento, pero preocupan os métodos de acceso a esa información (cfr. Martin, 1980: 135-139).

⁶⁶ A nova orde mundial establecida despois da caída do Muro de Berlín en 1989 e o triunfo do capitalismo supuxo a asimilación de certos principios que, en moitos casos, chocaban frontalmente cos valores e principios tradicionalmente atribuídos ao xornalismo.

merma na carga ideolóxica do xornalismo e unha clara transferencia do poder de decisión do Estado aos actores económicos.

- Ademais, a globalización de carácter tecnolóxico impón unha soberanía de carácter absoluto por parte do consumidor onde os valores coma os dereitos humanos, a cultura e a democracia quedan subrogados pola tecnoloxía globalizada.
- Será o proceso de consumo da información o que nos fale do novo contexto mundial onde a información se espalla a través de fluxos a escala global pero é consumida por audiencias que se encontran nun lugar físico e temporalmente diferente.

Un novo panorama foi definido, entón, a nivel mundial. A información circula a través da rede sen ningún tipo de barreira xeográfica, faino de xeito instantáneo e procede dun número inxente de fontes. Ademais, cada un de nós pode converterse en emisor de contidos ao tempo que é receptor. Trátase, pois, dun contexto de superabundancia de información no que “la especialización periodística ha experimentado un espectacular auge, intentando ser la respuesta a la complejidad de los contenidos que conforman la actualidad, y a la demanda selectiva de los usuarios de la información” (Mercado Sáez, 2010).

3.2.2. O perigo da barbarie do especialismo

Especialmente relevantes para a materia desta tese de doutoramento son dúas das características coas que Luhmann define á Sociedade Postindustrial: por unha banda o incremento do coñecemento sobre todas as facetas da vida, e pola outra, a circulación a nivel planetario do saber científico e de calquera outro saber ou coñecemento que sexa susceptible de

viaxar a través das redes de transmisión de datos⁶⁷. Estes dous fundamentos da nosa sociedade propiciaron a aparición do que Álvaro D’Ors denominou “barbarie del especialismo” (D’Ors, 1969: 13). E é neste fenómeno descrito por D’Ors -o que podería entenderse coma unha subdivisión do coñecemento, unha fragmentación que vai parella á evolución da sociedade na que cobra significado- onde asenta as súas bases e onde prenden as máis fondas e fortes raíces da especialización xornalística.

Para este fenómeno da “barbarie do especialismo” tamén Luís Borobio ten unha teoría que referencia nun texto de principios dos 80’ no que constata como especialización fecunda aquela que integra unha maior cantidade de coñecementos nunha idea ordenadora.

“la especialización exigida por la naturaleza misma de las cosas es la del que, ampliando su visión y sin olvidar nunca el conjunto, enfoca todo el caudal de sus conocimientos, integrándolos en un sentido. Según el primer concepto de especialización, un individuo es tanto más especialista cuanto más ha reducido su campo de acción; es la barbarie del especialismo. Según el segundo, un individuo es tanto más especialista cuanto más ha profundizado en este campo; y esa profundización será tanto mayor, cuanto mayor sea la base de que se parte, el área de conocimientos que a él se dirigen, y la capacidad de relación. La especialización fecunda es la que integra el máximo volumen de conocimientos en una idea ordenadora” (Borobio, 1981: 58).

Borobio dá neste punto coa clave da especialización como xeradora de coñecemento especializado relacional⁶⁸ e non tan só como confrontadora de expertos, áreas do saber e desintegradora de saberes comúns, enfrontando a

⁶⁷ Redes que Al Gore denominou en 1994 “autopistas de la información”, dentro do proxecto *Infraestructuras de Información Nacional* (NII son as súas siglas en inglés), e que agora coñecemos como Internet. (cfr. Benito, 1995; Davara, 1996; Avogadro, 2005).

⁶⁸ Cando nos referimos a “coñecemento especializado relacional” estamos a falar da capacidade de integración dos diferentes saberes e ámbitos do saber que debe ter o xornalista especializado para chegar a apreender todo o significado dos feitos dende unha perspectiva multidisciplinar, baseada nas múltiples relacións que se establecen entre os diferentes ámbitos do saber humano e da sociedade.

ese “individuo especialista” -capaz de integrar a maior cantidade de coñecementos cualitativamente necesarios para o discurso nunha idea organizadora do discurso- co individuo especialista que Ortega y Gasset describiu no seu momento⁶⁹.

Como afirma Montserrat Quesada, “en una clara tendencia al retorno del individualismo, los antiguos integrantes de las audiencias de masas se muestran ahora propensos a percibirse a sí mismos como integrantes de grupos sociales o, en todo caso, de grupos de interés definido” (Quesada, 1998: 13). Esta volta ao que poderíamos chamar individualismo de intereses é o que provoca a diversificación de contidos que os medios afrontan para satisfacer as necesidades das audiencias, conformando un coñecemento atomizado que Moles (1978) define como “cultura mosaico”⁷⁰.

Esta incomunicación entre saberes é o marco de referencia para o período de fragmentación cognitiva no que vivimos, e esta incomunicación deu lugar a, como indica Antonio Isasi (2006: 10), un dobre fenómeno:

- por unha banda, a inexistencia de comunicación entre os saberes e a sociedade.
- pola outra, a fragmentación social e a crise de contidos, que entronca directamente coa condición de sociedade fragmentada en intereses

⁶⁹ Ortega falaba así do individuo que cualificaba de “especialista”: “he aquí un precioso ejemplar de este extraño hombre nuevo que he intentado, por una y otra de sus vertientes y haces, definir. He dicho que era una configuración humana sin par en toda la historia. El especialista nos sirve para concretar enérgicamente la especie y hacernos ver todo el radicalismo de su novedad. Porque antes los hombres podían dividirse, sencillamente, en sabios e ignorantes, en más o menos sabios y más o menos ignorantes. Pero el especialista no puede ser subsumido bajo ninguna de esas dos categorías. No es sabio, porque ignora formalmente cuanto no entra en su especialidad; pero tampoco es un ignorante, porque es ‘un hombre de ciencia’ y conoce muy bien su porciúncula de universo. Habremos de decir que es un sabio-ignorante, cosa sobremanera grave, pues significa que es un señor el cual se comportará en todas las cuestiones que ignora no como un ignorante, sino con toda la petulancia de quien en su cuestión especial es un sabio” (Ortega y Gasset, 1981: cap. XII).

⁷⁰ Da que di que “se presenta como esencialmente aleatoria, como un conjunto de fragmentos, por yuxtaposición, sin construcción, sin punto de referencia, donde ninguna idea es necesariamente general, pero en la que muchas ideas son importantes”.

especializados da que fala Quesada (1998: 27) e coa fragmentación do coñecemento que define a “cultura mosaico” da que dá conta Moles⁷¹.

Tamén Paniagua (2003) viu certos perigos na especialización de non ser comprendida na xusta medida, como procedemento que lle implica ao xornalista traballar de certa maneira e cuns principios e determinacións operativas moi claras. Os perigos dos que Paniagua falou son:

- a posible dificultade de comprensión para as audiencias –tal e como identificou Isasi-.
- a necesidade do medio de atopar un mercado que demande o grao de especialización informativa proposto.
- o proceso de relación entre as diferentes áreas da actualidade moito máis complexo no novo contexto definido pola especialización.

3.2.3. A multidisciplinarietà, a interdisciplinarietà e a multicausalidade como piares da Información Xornalística Especializada

Ante o problema poliédrico presentado ata o momento –paso dunha audiencia masa a intereses particulares, a consecuente atomización do coñecemento que provoca unha crise de contidos nos medios, o problema da incomunicación que xorde entre as diferentes áreas de saber e a sociedade...- , preséntase a Información Xornalística Especializada como solución, xa que o seu *leit motiv* é:

- Por unha banda estudar as ciencias dende un punto de vista multidiciplinar, multicausal e interdisciplinar, co obxectivo de

⁷¹ Vid. *supra*.

mergullarse nas relacións que se establecen entre os diferentes saberes -ou ciencias-, resultando un magnífico fío comunicador entre as diferentes áreas do coñecemento fragmentado que predomina na Sociedade Postindustrial na que vivimos; arranxaría así o primeiro problema de incomunicación existente na sociedade: CIENCIA A- CIENCIA B- CIENCIA C...

- Pola outra banda, a Información Xornalística Especializada será quen de producir contidos especializados, sempre dende unha perspectiva multidisciplinar, para satisfacer as necesidades das audiencias fragmentadas⁷², ás que chegará para superar a segunda das incomunicacións: CIENCIAS-AUDIENCIAS ATOMIZADAS.

Nesta caracterización da Información Xornalística Especializada como solución ao problema ante o que a profesión se atopou, xorden tres conceptos clave:

- a) **Interdisciplinariedade e multidisciplinariedade, que permiten acadar un nivel de contextualización o máis alto e rigoroso posible.** Recordemos que a Información Xornalística Especializada é unha ciencia sobre as ciencias e ocúpase, neste senso, de estudar a comunicación que se establece entre os diferentes saberes co obxectivo de dar resposta ás demandas informativas de intereses especializados e individualizados. Nestes conceptos de interdisciplinariedade e multidisciplinariedade é onde radica o carácter de estudo comunicativo entre saberes do que participa como protagonista a Información Xornalística Especializada para producir información seleccionando e valorando aqueles elementos que lle son

⁷² A necesidade dos medios de responder ás demandas das audiencias está presente ao longo da historia. Lorenzo Gomis fala así dos xornais pero, en realidade, é unha afirmación que podería extrapolarse a calquera medio -prensa, radio, televisión ou medio on-line-: “el periódico vive mientras encuentra público suficiente, y para vivir se adapta a lo que estima necesidades de su público” (Gomis, 1987: 87).

propios á área de especialización na que o profesional traballa conectándoos ao mesmo tempo con aqueloutros ámbitos cos que garda algún tipo de vinculación. Así, o xornalista podería traballar na busca do que Fernández del Moral e Esteve Ramírez (1993: 101) chaman a “contextualización total” e desenvolver o que Marletti establece como “información tematizada” (cfr. Saperas, 1987: 92).

b) **Multicausalidade.** Que conleva que os xornalistas especialistas produzan información dende a multicausalidade? Un maior afondamento na historia interna do feito, unha contextualización cos antecedentes, as causas e as futuribles consecuencias do feito que se converte en noticia. O xornalista tece así unha rede multicausal que envolve o feito primario e que o explica dende calquera perspectiva que o demandante desa información poida imaxinar. É o que Quesada (1998: 30) denomina “información de significación”, que supón unha “profundización en la explicación” (Tuñón, 1989: 10) e unha “interpretación en profundidad” (Orive, 1977: 99) da realidade.

Así, a Información Xornalística Especializada, “se propone como eje integrador de las diferentes especializaciones periodísticas [...]” (Berganza Conde, 2005: 31) e permite dar resposta á triple especialización que caracteriza ao xornalismo moderno: a especialización por contidos, a especialización por sectores de audiencias e, por último, a especialización por medios de comunicación (Quesada, 1998: 19).

3.3. DEFINICIÓN, METODOLOXÍA E PROFESIONAIS DO XORNALISMO ESPECIALIZADO

Unha vez aclarado o como e o porque do nacemento da Información Xornalística Especializada, é o momento de definila como ciencia e trazar os límites do seu obxecto de estudo, a súa metodoloxía de traballo, mailas características que o xornalista especializado debe ter para poder realizar con eficacia o seu traballo especializado.

Por todo o exposto con anterioridade, queda probada a necesidade que a sociedade expresou da aparición dun xornalismo que reunira certas características que ata o momento non estaban presentes nas prácticas de traballo do profesional dos medios de comunicación. Así, a necesidade dunha información xornalística máis completa, en detalle, rigorosa e en profundidade deu como resultado a aparición do que hoxe coñecemos como Xornalismo Especializado.

A Información Xornalística Especializada xorde para facer fronte á especialización do coñecemento é a subdivisión da primaria sociedade de masas en múltiples realidades e colectivos ávidos de información diferenciada e con distintos graos de complexidade e necesidades. A xa mencionada segmentación da sociedade e a conversión do espectador pasivo en activo/interactivo fai que, cada vez máis, se teñan en conta as necesidades e demandas informativas dos destinatarios dos produtos xornalísticos.

3.3.1. A definición de Xornalismo Especializado: múltiples propostas

En primeiro lugar, debemos diferenciar entre a Información Xornalística Especializada e o Xornalismo Especializado. Así, e coincidindo con M^a Rosa Berganza⁷³ (Berganza Conde, 2005: 58-59), entendemos por disciplina académica o primeiro termo, mentres que o segundo consideramos que fai referencia á práctica profesional –que implica unha metodoloxía, uns profesionais e unha divulgación determinadas-.

Antes de tentar recompilar as múltiples definicións existentes na abondosa literatura académica que trata a Información Xornalística Especializada, hai que deixar claro que significa a especialización xornalística. Da man de M^a

⁷³ E con outros autores coma Muñoz Torres (1997).

Rosa Berganza Conde (2005: 54), facemos unha distinción entre as distintas concepcións que moitos autores tiveron a ben aplicar á especialización xornalística. Así, temos:

- **Especialización de audiencias**, na que Berganza cre sempre e cando implique un tratamento xornalístico da información e unha adaptación da linguaxe ao receptor, tanto se este é experto coma se non.
- **Especialización do traballo con respecto aos medios de difusión.** Este punto ten que ver coa formación de xornalistas especialistas en cada medio, postura que non defende esta autora, xa que non cre na existencia dun tipo de Xornalismo Especializado diferente segundo o tipo de medio –prensa escrita, televisión, radio, medios *on-line*...- para o que traballe.
- **Especialización referida á selección duns contidos** determinados. Na que Berganza puntualiza que non toda a prensa que trata temas concretos –prensa deportiva, do corazón ou economía, por exemplo- está a facer Xornalismo Especializado.
- **Especialización de quen escribe o texto:** o especialista.

O que Berganza nos di é que “la especialización periodística se refiere a la profundización en una parcela del saber” e que “se caracteriza por un tratamiento determinado de esos textos sobre contenidos específicos que abarca todo el proceso comunicativo” (Berganza Conde, 2005: 54-55)⁷⁴. Entón, o obxecto da Información Xornalística Especializada son os contidos informativos que se clasifican por áreas de especialización temática e os

⁷⁴ O que entronca de xeito directo co concepto de metodoloxía do Xornalismo Especializado e co valor desta a modo de denominador común, como plantexa Montserrat Quesada e se recolle no punto 3.3.2. da presente tese de doutoramento.

elementos que artellan a súa actividade no proceso comunicativo –medios, fontes, metodoloxía especializada, audiencias, medios de difusión... e todos os procesos intermedios que van dende a recollida de información ata a súa divulgación, pasando pola súa elaboración-, proceso este que se corresponde co campo de estudo da Información Xornalística Especializada.

O fenómeno da Información Xornalística Especializada é produto dunha conxunción de novas prácticas que se mesturan no exercicio do Xornalismo Especializado, para o que existen múltiples definicións de autores reputados no ámbito da comunicación (Orive, 1977: 71; Fernández del Moral, 1983: 197; Borrat, 1989: 50; Tuñón, 1989: 52; Fontcuberta, 1992: 95). Case pode dicirse que cada experto elabora unha definición que se axusta ás características que el considera que debe posuír a práctica xornalística para considerarse especializada. Faremos un repaso polas definicións que son máis referenciadas no ámbito da comunicación á hora de delimitar o significado do Xornalismo Especializado coas características que os autores lles atribúen a modo de fío condutor do discurso.

Pedro Orive (Orive, 1977) foi o primeiro experto de ámbito académico que publicou unha investigación que tratara a información especializada e o Xornalismo Especializado e tratou de definir os conceptos claves. Deste xeito, Orive fálanos dunha información que se caracteriza por unha redacción clara que facilita a comprensión por parte de lector e dá sentido aos fríos datos axudando a que áreas da información científicas e máis técnicas poidan ser divulgadas e apreendidas pola audiencia, que demanda esa información e presenta unha necesidade de saber.

“es aquella concepción que presenta la realidad tal y como acontece, y que, a su vez, promueve una interpretación en profundidad de los acontecimientos, acomodando el lenguaje del medio de comunicación colectiva utilizado a los conocimientos y necesidades de la audiencia” (Orive, 1977: 99).

Para Orive, o Xornalismo Especializado é “aquel subsector de la información que se canaliza de modo público y racionalizado a través de los instrumentos de comunicación colectiva, los cuales necesitan organizaciones costosas para conformar la actualidad, valiéndose de estrategias idóneas” (Orive, 1977: 71). Se ben, hai que entender que a propia evolución do xornalismo e da súa práctica foi modelando estas primeiras definicións⁷⁵.

Máis tarde, Héctor Borrat (1989)⁷⁶ definía o Xornalismo Especializado en termos relacionados coa maneira de traballar dos profesionais, facendo referencia á súa formación e rutinas diarias que caracterizan o traballo dos profesionais especializados.

Borrat dicía que o Xornalismo Especializado é “el periodismo producido por periodistas con experiencia profesional en el área de su especialización mediante la aplicación conjunta y articulada de la Redacción Periodística y de las disciplinas específicas correspondientes a esa área, tanto al informarse acerca de ella como al narrar y comentar las informaciones”.

Ademais, Borrat afirmaba a existencia do fenómeno coñecido como especialización facendo fincapé en dous elementos que considera claves para a configuración e estruturación da información de acordo ás premisas da especialización: a rigorosidade⁷⁷ que debe levar implícita o tratamento xornalístico de calquera feito ou acontecemento por unha banda, e a cohesión interna deste tipo de texto.

⁷⁵ Orive fala de “subsector de la información” dando a entender que a especialización e as súas técnicas e métodos non eran apropiadas para todos os campos da información cando el formulou a definición. Porén, hoxe en día, é evidente que calquera área temática pode someterse á metodoloxía e estratexias divulgativas do Xornalismo Especializado.

⁷⁶ Citado en QUESADA, M. (1998): *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.

⁷⁷ A rigorosidade tamén lle serviu a Sánchez Martínez para cualificar un texto xornalístico especializado, entendéndoa como a pertinencia científica que se desprende da construción xornalística dun texto. Así, “no basta con que tenga como referente un área de la actualidad –aunque se trate de una actualidad ampliada–; ni con que su lenguaje sea más o menos legible, o tenga una u otra distribución de elementos lingüísticos, icónicos o paralingüísticos, ni con que la audiencia a la que va dirigido esté o no segmentada; lo especializado viene dado únicamente por la validez científica –que podría coincidir con lo que otros autores denominan rigor– de la estrategia de construcción del texto” (Sánchez Martínez, 1995: 137).

“Afirmo la existencia de un conjunto de textos cuyas características comunes inducen a concebir el periodismo especializado –por oposición al periodismo común- como una manera de producir textos periodísticos caracterizada por: -la coherencia interna de estos textos, -la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad, -la pertinencia de los conceptos, las categorías y los modelos de análisis aplicados, fuere cual fuere el tipo de texto y el tipo de lenguaje escogidos, el tipo de periódico donde esos textos se publican y el tipo de audiencia al que preferentemente se dirigen” (Borrat, 1993: 83).

Seguindo o discorrer polas diferentes definicións que os expertos elaboraron a partires da idea da existencia dun xornalismo especializado e, polo tanto, da especialización como fenómeno relativo ao xornalismo, e entroncando coa concepción da calidade do rigor como elemento indispensable no traballo xornalístico especializado –entendido como pertinencia científica-, Ramírez de la Piscina (1999b) tamén fai unha definición de Xornalismo Especializado en termos de calidade, coherencia interna do texto e claridade que permita satisfacer as necesidades de información da audiencia.

“el trabajo periodístico de calidad que, tras analizar un aspecto concreto de la actividad informativa o del conocimiento, es capaz de ofrecerlo a un público amplio de forma diáfana, -asegurando siempre la coherencia interna del texto y la idoneidad de los términos empleados-, ayudándose así a comprender la compleja realidad que le rodea” (Ramírez del la Piscina, 1999b).

Javier Fernández del Moral (1993) aporta un novo punto de vista a través da súa definición. Este autor incide na especialización dos contidos como elemento diferenciador. Este concepto de contidos especializados xorde, non o esquezamos, nun contexto de saturación de información. Así, Fernández del Moral fai unha distinción da man do Xornalismo Especializado, que sería o encargado de seleccionar un tema e analízalo para comunicalo a un segmento específico de audiencia, e non para unha masa.

“La información periodística especializada es aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza en sus motivaciones; la coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario, y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de cada audiencia a sus intereses y necesidades”.

Unha definición que se aproxima moito á dada por Fernández del Moral é a de Juan Ramón Muñoz-Torres (1997). O único punto que matiza e no que se detén por consideralo de vital importancia é o interese. A información debe interesar a algún sector ou colectivo da audiencia, xa que de non ser así, non se trataría de información especializada. Consecuentemente, Muñoz-Torres fala do concepto de relevancia social, propio de cada cultura, momento, lugar e circunstancias determinadas, polo que é complicado definir un xornalismo que vive e cobra sentido cando é divulgado e alcanza a esfera do público.

O Xornalismo Especializado é a “disciplina que estudia la producción de mensajes informativos que divulgan las distintas especialidades del saber humano, de manera comprensible e interesante, al mayor número de personas, con el fin de dotar de sentido a la realidad a través de los medios de comunicación” (Muñoz-Torres, 1997: 40-41).

Montserrat Quesada, pola súa banda, define así o Xornalismo Especializado: é o que “resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medios de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales” (Quesada, 1998: 23).

Quesada tamén fai fincapé no elemento audiencia e na especialización dos medios nese sentido cando define as características do Xornalismo Especializado, ademais de incidir na presenza dunha metodoloxía propia e

específica. Quesada aporta así, tres piares sobre os que se mantén a súa definición: especialización de contidos, de medios e de audiencias.

“La matèria que fixa els seus objectius en la metodologia periodística especialitzada que permetrà assolir els tres nivells d’especialització existents en el món professional: de continguts, per sectors d’audiència i per mitjans de comunicació” (Quesada, 1993: 93).

Amparo Tuñón (1993) achega un concepto clave na definición do Xornalismo Especializado: a área de especialización/coñecemento ou a área temática. Así, Tuñón, fálanos dunha ciencia que lle permite ao profesional que traballa mergullado na metodoloxía que lle é propia seleccionar, valorar e producir información sobre un ámbito ou área determinado.

O Xornalismo Especializado debe entenderse como “una disciplina científica aplicada al estudio del proceso de selección, valoración y producción de información de actualidad, con el fin de hacer de ella una comunicación periodística sobre las diferentes áreas de conocimiento que se dan en la cambiante y compleja realidad de la sociedad de la información” (Tuñón, 1993: 96).

Logo de repasar as achegas dos diferentes autores e expertos do ámbito académico, gustaríame referenciar, por último, a proposta de definición que Antonio Isasi (2006: 20) elaborou na súa tese de doutoramento, na que conxuga boa parte dos elementos tidos en conta polo resto dous autores. Isasi fai un compendio no que fala dunha disciplina científica, dun xornalista que é especialista que emprega unha metodoloxía propia do periodismo especializado, dos ámbitos temáticos que conforman a realidade cognoscible e por último, e no menos importante, dun afán de proporcionar coñecemento á sociedade. Está é, sen dúbida, a definición coa que comulgamos e aceptamos coma unha das máis completas, operativas e claras.

“es la disciplina científica que permite al periodista especialista seleccionar, valorar y producir información sobre los fenómenos que atañen a un determinado ámbito de la realidad cognoscible -área de especialización- desde la interdisciplinariedad y la multicausalidad, bajo el garante de una metodología periodística especializada y con la finalidad de proporcionar conocimiento adecuado a la sociedad” (Isasi, 2006: 20).

3.3.2. Referencias metodológicas do Xornalismo Especializado

Unha vez definido o Xornalismo Especializado, vemos que existen na literatura sobre o tema moitas achegas dun bo número de autores, con puntos de vista distintos, que foron configurando unha definición completa e exhaustiva –a día de hoxe, porque, como ben é sabido, non é un concepto estático senón que é un elemento vivo, que discorre mergullado nos cambios que se producen na sociedade e que esta provoca no ámbito da comunicación, ou viceversa-. Porén, todas as definicións que acabamos de compilar teñen un denominador común, un factor que as fai partícipes da mesma idea e que, segundo Montse Quesada é a metodoloxía (cfr. Gallego, 2003: 21) , unha metodoloxía que “toma su origen de la metodología periodística de investigación, con la que los periodistas especializados deben acceder a la información, valorarla e interpretarla para decidir después su mejor elaboración y posterior publicación” (Quesada, 1998: 19).

Así, entendemos que a metodoloxía especializada –que abarca dende a selección dos feitos noticioso ata a súa publicación e divulgación, pasando pola produción, tratamento xornalístico e redacción consecuenta co rigor e claridade específicos esixidos a este tipo de traballo xornalístico- vai ser aquel elemento común a todos os textos que se consideren partícipes do Xornalismo Especializado e vai ser o que diferencie ao xornalismo xeralista do xornalismo especializado. Quesada (2001: 126-137) presta especial

atención á importancia da metodoloxía para establecer un cruce de camiños polos que a información especializada e a xeralista collen camiños diferentes, xa que será máis cuestión do tipo de metodoloxía empregada polo xornalista ca dos propios contidos tratados o que nos permita saber se estamos ante un texto produto do Xornalismo Especializado⁷⁸.

O traballo xornalístico e tratamento da información serán a marca de identidade que os xornalistas especialistas apliquen a todos os seus textos, que lles valerá a estes para ser considerados rigorosos, claros e merecentes de ser partícipes do corpus que compón a realidade do Xornalismo Especializado. Aqueles xornalistas que apliquen a metodoloxía propia deste tipo de xornalismo, consideraranse especializados e producirán información especializada. Non por publicar en determinado medio ou por tratar contidos específicos⁷⁹ se estará tratando con información especializada, senón que será a metodoloxía e o traballo xornalístico previo o que indique e cualifique a cada texto. Pero, de que metodoloxía estamos a falar?

O que define á especialización xornalística son os seus azos por dar resposta ás cuestións que conforman as 6 W⁸⁰, pero poñendo especial énfase en dúas:

⁷⁸ Porén, existen moitas outras aportacións e estudos que establecen criterios diferentes a estes e que se afastan, en certa maneira, da perspectiva do Xornalismo Especializado como divulgador de coñecementos científicos. Recollo aquí algún dos textos referenciados por María Teresa Mercado Sáez (Mercado Sáez, 2010) que consultei para a elaboración deste epígrafe desta tese de touramento cando fala de:

- Criterios segundo o ámbito de difusión: Bel, 2004; Rodríguez Wangüemert, 2004.
- Criterios segundo o soporte: López García, 2002.
- Criterios segundo o tipo de público: Antón, 2004; Chivelet, 2002; Hinojosa Mellado, 2002; Jiménez Morell, 2002; Martínez Rodríguez, 2002.
- Criterios segundo contidos: turismo (De Pablos, 1997), viaxes (Belenguer, 2002), información de touradas... e outras moitas temáticas que contaron nalgún momento e contan coa atención dos investigadores do ámbito da comunicación.

Neste senso, tamén é recomendable achegármonos aos estudos e análises propostos en *Tendencias del periodismo especializado*, de Elena Blanco e Francisco Esteve (Blanco Castilla e Esteve Ramíerz, 2010), onde se recollen artigos relativos a campos de especialización xornalística, especialización e información local, novos medios e especialización e contados especializados e xéneros así coma un apartado dedicado aos emisores especializados.

⁷⁹ Vid. *supra*.

⁸⁰ Técnica periodística que consiste en contestar 6 preguntas que empiezan por la letra W en inglés -5: Who (quen), What (que), Where (onde), When (cando), Why (por que)- o que a conteñen -1: How (como)- en toda noticia.

o *como* e o *porque*. Afondando neste dous aspectos, o Xornalismo Especializado tenta explicar os antecedentes, as causas, o contexto e aventurar as posibles repercusións que poden ter os feitos que se dan naquel fragmento da realidade cognoscible do que se ocupa. O obxectivo, en definitiva, é crear unha corrente de capacitación das audiencias para que poidan estruturar o seu propio discurso crítico, crear unha consciencia crítica no público. O Xornalismo Especializado debe informar, pero tamén formar á audiencia.

É o momento este no que se fai necesario definir a metodoloxía do Xornalismo Especializada por confrontamento coas técnicas empregadas no ámbito xeralista. Así, segundo Montserrat Quesada (1998: 39-44), e permitíndonos unificar nun cadro explicativo único as súas disposicións, a metodoloxía especializada pode resumirse do seguinte xeito:

	Xornalistas xeralistas	Xornalistas especializados
Formación	Lcdo. en Xornalismo	Ademais, outros estudos no ámbito temático correspondente
Actitude profesional ante a información	<ul style="list-style-type: none"> - rapidez informativa - información en exclusiva - receptiva xenérica 	<ul style="list-style-type: none"> - rigor - información en profundidade - selectiva nos contidos
Relación coas fontes	<ul style="list-style-type: none"> - os xornalistas buscan as fontes 	<ul style="list-style-type: none"> - as fontes buscan aos xornalistas
Metodoloxía profesional	<ul style="list-style-type: none"> - declaracións - roldas de prensa - contrastación da información - axenda <i>setting</i> - textos informativos e interpretativos 	<ul style="list-style-type: none"> - documentación - entrevistas persoais - contrastación das fontes - axenda de expertos - textos interpretativos e argumentativos
Obxectivos que perseguen	<ul style="list-style-type: none"> - informar ás audiencias - ser bo xornalista 	<ul style="list-style-type: none"> - informar ás audiencias especializadas - ser un experto

Táboa 4. Metodoloxía especializada comparada á de tipo xeralista. Fonte: Montserrat Quesada (1998). Elaboración propia.

Vemos unha distribución en cinco grandes bloques: formación do profesional, a súa actitude, as relacións fonte-xornalista, a metodoloxía profesional e por último os obxectivos que persegue o Xornalismo Especializado.

Convén citar neste punto a Hiley Ward xa que pode resultar confusa a cuestión establecida por Quesada cando definía ⁸¹ o Xornalismo Especializado como o resultado da aplicación minuciosa da metodoloxía periodística de investigación. Non defendemos que sexan o mesmo o xornalismo de investigación e o especializado, senón que comparten métodos de traballo⁸². Ademais, considerando as diferenciacións que Ward⁸³ (1991: 11) establece, entendemos que estas poden axudar a comprender a posición e obxectivos do Xornalismo Especializado cando distingue:

- a) *Explanatory Journalism*, ou xornalismo explicativo en profundidade. O seu obxectivo é traballar sobre a actualidade dándolle profundidade, ampliando conceptos e explicando contidos.
- b) *Investigative Journalism*, ou xornalismo de investigación, que pretende sacar á palestra pública aspectos da realidade ocultos, ás veces deliberadamente.

Así, o Xornalismo Especializado afonda nas cuestións pertencentes ás diferentes áreas temáticas, dándolles un carácter amplo e afondando nas súas causas, antecedentes, contexto e posibles consecuencias grazas á aplicación dunha metodoloxía de traballo propia e especializada que, como

⁸¹ Vid. punto 3.3.1.

⁸² Berganza (2005: 64) considera que os principais puntos de coincidencia entre as metodoloxías especializada e de investigación son:

- O recurso da documentación escrita por oposición ás declaracións públicas.
- Contraste de datos con expertos no tema que actúan como fontes.
- Emprego de linguxe divulgativa para explicar conceptos complexos co obxectivo de poder acadar un alto nivel de afondamento nos temas.
- Desestimar como fontes de referencia aquelas que teñan que ver co xornalismo de declaración.

⁸³ Citado en BERGANZA CONDE, M. R. (2005): *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, páx. 65.

xa dixemos, comparte certas técnicas ou recursos coa que emprega o xornalismo de investigación.

3.3.2.1. A metodoloxía: marca de identidade do Xornalismo Especializado

Seguindo a disposición establecida por Isasi (2006: 17), baseada nas postulacións de Quesada (1998: 34-48, 50-56 e 104-118), entendemos que dende unha base situada na metodoloxía do xornalismo de investigación, a metodoloxía xornalística especializada –aplicable a calquera área do saber especializada- ten os seguintes métodos para a obtención e produción de información especializada:

- a) **Procesos de documentación archivística.** Co control de axendas, arquivos e fontes documentais, o xornalista especialista consegue facer un seguimento e vixilancia constante da súa área de especialización.
- b) **Entrevistas de indagación con fontes independentes e exclusivas.** Ben sexan expertas en determinada área do coñecemento ou estean implicadas nos acontecementos noticiosos.
- c) **Observación directa e estudos de campo,** tendo en conta o xornalismo de precisión como proceso que guía a metodoloxía xornalística especializada segundo Luís Álvarez Pousa (1999: 177) e que fora definido por Demers e Nichols (1987: 100 e ss.) coma un produtor de informacións que ao xornalismo común se lle escapan e que fuxe dos intereses que as fontes oficias ou oficiosas poidan derivar nas súas declaracións.

“es el modelo periodístico que protege contra la manipulación que hacen las fuentes de los informadores en el periodismo común, genera noticias sobre el ciudadano promedial y constituye un medio de obtener informaciones no disponibles por los métodos de

recopilación de noticias del periodismo común” (Demers e Nichols, 1987: 10 e ss.).

d) Técnicas e estratexias propias do saber ou área de especialización.

e) Contraste e verificación das informacións obtidas mediante os anteriores métodos propios da metodoloxía do xornalismo especializado.

O xornalista que siga estes métodos para a elaboración dos seus textos xornalísticos poderá considerarse xornalista especialista, xa que estará a producir información dende a perspectiva da metodoloxía especializada, aplicable a calquera campo do saber ou área de especialización.

3.3.3. As áreas e bloques de información especializada

Unha vez definido o Xornalismo Especializado e a súa metodoloxía, é necesario entender como se divulga este ao público segundo as estruturas funcionais nas que se encadra e como é feita pública esta información no contexto da axenda diaria dos medios. Así, é procedente comezar por definir o que é unha área de especialización. Segundo Orive e Fagoaga, é “el subcampo concreto de la información dentro del cual un profesional es capaz de desempeñar su quehacer periodístico de forma óptima y fiable con el empleo de una estrategia operativa fundada siempre en el cuadro del trabajo multidisciplinario” (Orive e Fagoaga, 1974: 83). Estes autores definen cada área de especialización temática en función de catro elementos que lles aportan identidade:

- A audiencia
- O profesional e a súa empresa
- Os contidos

- A metodoloxía

Dentro de cada área de especialización temática debemos continuar e explorar nunha lóxica de subdivisión interna para atoparmos unha nova estrutura: o bloque temático. Esta estrutura, segundo Esteve Ramírez e Fernández del Moral (1999: 16), “ayuda a una mayor clarificación del panorama informativo, evitando la confusión dentro de la misma área”. Son estes autores os que, un cuarto de século despois de que Orive e Fagoaga definiran a área de especialización, estableceron unha relación entre os conceptos de área de especialización e bloque informativo.

“Se entiende por áreas de especialización quel conjunto de parcelas informativas interrelacionadas por unos mismos contenidos y con unos intereses similares. Las áreas de especialización se dividen en bloques informativos –subáreas de especialización-, que son aquellas agrupaciones de información relacionadas con una determinada área de especialización” (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 15). Así, por exemplo, dentro da área de economía poderíamos considerar os bloques de información de bolsa, información financeira, tributaria...

Tendo en conta que as subdivisións poderían continuar dentro de cada bloque temático, establecendo clasificacións máis específicas e concretas, é importante ter clara a noción dos límites desas divisións, que poden depender das dinámicas específicas de cada medio de comunicación, en función do seu público. Como di Quesada (1998: 62), “la realidad del moderno Periodismo Especializado pasa por la permanente ampliación de los ámbitos temáticos que tratan los medios de comunicación, en un esfuerzo por reflejar los intereses sectoriales de sus audiencias”.

Unha vez definida a área de especialización temática, despréndense os requisitos que deben cumprir as parcelas do saber para considerarse como tales áreas. Segundo Fontcuberta (1997: 21), toda área de especialización debe posuír:

- a) Unha coherencia temática.
- b) Un tratamento específico da información que inclúa:
 - A construción de textos coherentes.
 - O emprego de fontes de información propias.
 - A coherencia co segmento da audiencia ao que se dirixe.
 - A existencia de periodistas especialistas na área capacitados para sistematizar e contextualizar a información que nela se produce.

En canto ás clasificacións de áreas especializadas, hai que ter en conta que son listados que varían segundo o contexto e circunstancias históricas e mediáticas –que teñen que ver, na maioría dos casos, coas necesidades de información que presentan as audiencias ás que se dirixen os medios-. Así, podemos referenciar clasificacións feitas por Orive e Fagoaga (1974: 86), Muñoz-Torres (1997: 37), Fontcuberta (1992: 95), Esteve Ramírez e Fernández del Moral (1999: 15) que falan de áreas de marcado carácter xeralista nos primeiros casos -clasificación en Área Humana, Política e Recreativa de Orive e Fagoaga a mediados dos 70'- ás máis recentes dunha clara caracterización atomizada e especializada. Derivado do feito de que, seguindo a dinámica de evolución da sociedade, aparecen novos ámbitos temáticos segundo as necesidades de cada momento, Montserrat Quesada propón desbotar as taxonomías ríxidas que cinguen as áreas especializadas a conceptos e non a momentos puntuais.

“No sería operativo aferrarnos a una clasificación que, sin duda, quedaría obsoleta en poco tiempo a juzgar por el proceso vertiginoso de ampliación de sus ámbitos temáticos que continua potenciando la prensa en la sociedad moderna. La posición académica más coherente frente al fenómeno de la especialización pasa por tomar todos los intentos de clasificación esbozados solamente como puntos de referencia, y dejar que sea la propia realidad social y profesional la que vaya configurando, de manera espontánea y constante, las clasificaciones que sean necesarias para acotar en cada momento el objeto de estudio que se desee aprehender desde el Periodismo especializado” (Quesada, 1998: 73).

Esta flexibilidade necesaria para chegar a entender o mundo actual –en continuo cambio- en termos de áreas de coñecemento, así coma abordalas dende unha perspectiva non simplificadora do pensamento –senón adecuando o fluír do discurso xornalístico á complexidade da realidade- só se pode entender se aceptamos o que Luís Álvarez Pousa (en Fernández del Moral: 2004) define coma fuxir *xornalismo de expresión* a favor do *xornalismo de significación*. É este último, o *xornalismo de significación*, o que entende as áreas de información coma unha maneira de actuar concreta e definida por parte do xornalista que ten que ver coa aposta pola explicación dun coñecemento complexo á vez que se supera a clásica concepción de área informativa a modo de caixóns organizadores do coñecemento que o xornalismo aborda como materia de traballo.

3.3.4. O xornalista especializado

É este o momento de centrarnos na distinción do xornalista especializado e de referenciar aquelas características que o diferencian dos demais e fan que a súa actividade profesional se encadre no ámbito do Xornalismo Especializado. Así, xa nos anos 70', Philippe Gaillard (Gaillard, 1972: 62-67) establecía diferencias entre o que el consideraba reporteiros de información xeral e aqueles que chamaba reporteiros políticos, xudiciais ou deportivos.

Vemos como este autor francés xa inclúe ao xornalista deportivo nas primeiras clasificacións e consideracións sobre os profesionais especializados. Gaillard afirma que o xornalista xeralista é aquel que trata temas que xorden de maneira imprevista e na maioría dos casos non teñen conexión entre si, mentres que o xornalista especializado fai un seguimento de feitos desencadeados, cunha causa e un efecto, feitos que son previstos e anunciados na maioría dos casos e que no caso de ser imprevistos, o xornalista está en disposición de tratalos con total rigor, pois coñece a súa orixe en profundidade. Deste xeito, o autor francés establece a base entre o xornalista especializado e o xeralista no seguimento que os primeiros dan aos feitos e ao seu traballo. Gaillard estaba a establecer e sacar á luz o que sería un dos cometidos máis básicos do xornalista especializado: defendía que a labor do xornalista especialista non era tan só informar sobre os feitos noticiosos, senón que era seu cometido contextualizar e deixar ben ás claras os acontecementos mediante textos onde se puidese constatar un seguimento dos casos.

Desta primeira distinción e caracterización de Gaillard despréndese que os especialistas serán aqueles xornalistas que coñezan a realidade que os rodea e que se manteñan sempre actualizados e ao día, tanto no plano dos contidos coma no das técnicas e tecnoloxías que empregan para producir as informacións e transmitilas ás audiencias. Esta articulación de traballo xornalístico específica é, como di Fontcuberta (1999: 102), saber “como” comunicar e “que” comunicar aos públicos. Neste senso, e sempre que se cumpra a máxima da produción informativa por xornalistas especializados, estaremos a falar de Xornalismo Especializado.

“[...] la prensa especializada, elaborada por lo tanto por periodistas especializados, concentra su contenido en torno a ámbitos temáticos cada vez más concretos, lo cual permite establecer una primera y clara diferenciación con las revistas de información general [...]” (Quesada, 1998: 75).

3.3.4.1. O xornalista especializado e a asunción da súa responsabilidade para coa sociedade

Ese “que” e “como” dos que fala Fontcuberta entroncan de xeito directo coa Teoría da Responsabilidade Social da Prensa⁸⁴ xa que, partindo do feito de que “en las sociedades modernas los medios informativos forman parte de las instituciones de élite y gozan de suficiente credibilidad para que el público receptor acepte la valoración que hacen de los hechos de actualidad” (Sobrados León, 2003: 128) é necesario que os xornalistas acepten a súa responsabilidade, inherente ao seu papel de mediador entre a realidade e as audiencias (cfr. Rivers e Schranmm, 1969: 29-53).

Recordemos entón as cinco funcións básicas que a Teoría da Responsabilidade Social da Prensa enuncia e que os medios deberían cumprir para respectar, dende o punto de vista ético que esta corrente propón, a súa función de mediadores entre a realidade e as audiencias:

- a) Facer un relato comprensivo e real dos acontecementos diarios con contexto e sentido.
- b) Servir de foro para o intercambio de comentarios e críticas.
- c) Proxectar a visión da realidade dos grupos relevantes na sociedade.
- d) Presentar e explicar as metas e valores da sociedade.

⁸⁴ Esta escola ou movemento ten a súa orixe na Universidade de Chicago, relacionada coa publicación do Informe da Comisión Hutchins en 1947. Este informe –titulado *Una prensa libre y responsable* (1947)–, auspiciado polo responsable da revista *Time*, Henry Luce e en colaboración co reitor da Universidade de Chicago –que conseguiu a participación de 225 expertos en 17 sesións–, Robert Hutchins, xurdiu coa intención de explicar e propoñer vías de escape ou solucións ás desviacións dos *mass media* nos Estados Unidos que, dun xeito preocupante para Luce e Hutchins, estaba a vivir unha situación de decadencia preocupante. Este informe cuestionou, de xeito claro os paradigmas obxectivista e sensacionalista. Defendía a necesidade de que os medios de comunicación mantiveran a súa independencia en todo momento e coidaran as funcións sociais esenciais que desenvolvían en relación coa política democrática e non se comportaran tan só como empresas de propiedade privada (McQuail: 1999).

e) Garantir o acceso plena á información relevante do día.

Deste xeito, xorde a consideración dos medios de comunicación coma un ente diferente a outras empresas que se moven no mercado libre. Os medios son empresas que teñen unha responsabilidade social que afecta de xeito directo ao benestar da sociedade.

Esta responsabilidade social só cobra sentido ao entendela dentro dun contexto ético no que operan os medios de comunicación, polo que, comezando polo principio, esta tarefa de responsabilidade iníciana os medios e os seus xornalistas nos procesos de obtención, produción e emisión da información. É nestes pasos nos primeiros nos que debe asegurarse a rigorosidade e veracidade, condicións que non fan máis que acentuar o dereito que os medios teñen a informar con liberdade, sempre dentro dos límites do ben común e do respecto aos dereitos das persoas. Con este exercicio ético da profesión, o xornalista e os medios están a asinar un contrato de compromiso ético coa sociedade. Este contrato⁸⁵ que atinxe á responsabilidade social inherente á actividade dos medios está recollido na gran maioría dos códigos deontolóxicos da profesión.

Así, o Código Internacional de Ética Periodística da UNESCO⁸⁶, no seu Principio III di que “a información en periodismo enténdese como ben social e non como un produto, o que significa que o xornalista comparte a responsabilidade da información transmitida e é, polo tanto, responsable, non só ante quen controlan medios, senón principalmente ante o público, incluíndo variados intereses sociais. A responsabilidade social do xornalista require que el ou ela actúen, baixo toda circunstancia e en calquera contexto, en conformidade cos principios da ética profesional”.

⁸⁵ Cuxo valor e sentido analiza e critica Luhmann (cfr. Luhmann, 2000: 151-152).

⁸⁶ Pódese consultar en: <http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=8320&LID=2> [Consulta: 10 de febreiro de 2011].

Tamén o Código Europeo de Deontoloxía do Periodismo⁸⁷, no seu Apartado I di que “ademais dos dereitos e deberes xurídicos que están recollidos nas normas xurídicas pertinentes, os medios de comunicación asumen en relación cos cidadáns e a sociedade, unha responsabilidade ética que é necesario recordar nos momentos actuais, nos que a información e a comunicación revisten unha gran importancia para o desenvolvemento da personalidade dos cidadáns así como para a evolución da sociedade e a vida democrática”.

É unha responsabilidade que se ve máis importante segundo aumente a relevancia do tema ao que atinxan as producións xornalísticas, é dicir, os xornalistas deportivos –polo gran número de seguidores que as distintas modalidades deportivas, pero sobre todo o fútbol, teñen- deben de poñer especial coidado no respecto deste contrato de responsabilidade social e, como afirma Germán Arango o xornalismo deportivo debe “repensar y retomar el papel del periodismo deportivo como informador, educador y orientador de una afición fanática y frenética” que en moitos dos ámbitos que se interrelacionan co deporte “desconoce la complejidad del entorno que rodea la actividad deportiva contemporánea y reduce su participación en el espectáculo al desenfreno de la mera emotividad” (Arango Forero, 2005: 149).

Jesús Castañón, cando fala do fútbol profesional, di que este creou un novo contexto onde “el periodista ya no es sólo un mero informador sino que tiene que desarrollar funciones de educador, orientador de la información [...]” (Castañón, 2005b), facendo referencia, sen dúbida á responsabilidade social que o xornalista debe asumir nunha área especializada do coñecemento que arrastra a tanta audiencia como é o deporte profesional, ben sexa fútbol, balonesto, Fórmula 1 ou outro deporte de moda.

⁸⁷ Pódese consultar en: http://www.uam.es/otros/uamsolidaria/v_periodismo_solidario/codigo_deontologico.pdf [Consulta: 10 de febreiro de 2011].

3.3.4.2. O papel do xornalista especialista: o rol de *gatekeeper*

Unha dobre especialización (cfr. Borrat 1989: 50) caracteriza ao “especialista” (Berganza Conde, 2005: 54) ou “escritor especializado” (Marsden, 1948: 7):

- por unha banda unha especialización en Redacción Xornalística ou Comunicación.
- pola outra, en disciplinas propias da súa área de especialización.

Este xornalista especialista aplica os prototipos e técnicas que compoñen a metodoloxía do Xornalismo Especializado⁸⁸, é dicir, “aplica los métodos de investigación, redacción, formas y saberes del periodismo [...] los recursos cognitivos, teóricos y metodológicos” da súa área de especialización.

Partindo deste suposto, o xornalista especialista selecciona, valora e produce información (cfr. Tuñón, 1989: 10 e 52) os feitos e elementos que se atopan inmersos no seu ámbito de saber, converténdose nun *gatekeeper*⁸⁹ da súa área de especialización.

Atendendo a esta calidade atribuída ao xornalista especialista, detémonos nun artigo no que Jane Singer (Singer, Hermida, Domingo, Heinonen, Quandt, Zvi e Vujnovic, 2011: 121-138) fundamenta en catro puntos básicos a súa concepción do xornalismo:

- Imparcialidade.
- Función de *gatekeeper*.
- Independencia.

⁸⁸ Vid. punto 3.3.2.

⁸⁹ Cfr. Lewin, K. 1947: 143 e ss. e Shoemaker: 1991

- Render contas –referido a explicar de onde procede a información-.

Na actualidade podemos observar como tres das catro funcións ou características seguen a ter vixencia. Porén, é evidente que a función de *gatekeeper* -entendida como esa labor de selección da información que máis interese ten para a audiencia para o seu posterior tratamento xornalístico por parte do profesional que decidirá en última instancia a conveniencia de publicala ou non- non está a atravesar o seu mellor momento.

As novas TIC, a conexión en mobilidade dos individuos que forman a sociedade, a presenza en múltiples redes sociais onde comparten contidos propios e alleos de maneira ubicua están provocando que a función de *gatekeeping* quede, en moitos casos, lonxe da capacidade que ten o xornalista para exercela.

Nesta dirección suxire Alfred Hermida unha minimización desa responsabilidade que tradicionalmente correspondía ao profesional da información cando di que “social media technologies like Twitter are part of a range of Internet technologies enabling the disintermediation of news and undermining the gatekeeping function of journalists” (Hermida, 2010). Tamén Jane Singer avanza neste senso cando trata de explicar como esta función de *gatekeeper* do xornalista se esvaece nun contexto no que xa non existen –ou cada vez existen menos- comportas nas que deter información (Singer, 2005) errónea para que non chegue á audiencia xa que é esta a que fai, para si mesma, unha labor de *gatekeeping* que, en moitos casos, non ten por que estar preparada para realizar.

Para Singer e outros (Singer, Hermida, Domingo, Heinonen, Quandt, Reich e Vujnovic, 2011), a cuestión non é tanto a cantidade de información que os xornalistas, facendo uso do seu papel de *gatekeepers*, poden facer chegar á audiencias senón que a labor do *gatekeeping* e a importancia do profesional

da comunicación neste senso ten que ver máis coa calidade deses contidos e coa súa capacitación para verificalos e facerlles saber ao público que son certos⁹⁰.

Neste panorama é onde os medios de comunicación en xeral e os xornalistas en particular deben desenvolver a súa labor informativa. Ven como, pouco a pouco, existen ferramentas e sistemas tecnolóxicos que están provocando unha certa perda de espazo no ámbito comunicativo e unha redefinición do rol tradicional do xornalista e, concretamente da súa función como *gatekeeper* da información nun mundo sobreinformado como é o que nos tocou vivir.

A pesar desta situación, cremos que o xornalista é necesario como *gatekeeper* para unha información que xa non ten límites en canto a cantidade e no referente á súa circulación a nivel mundial de xeito instantáneo. A selección e valoración por parte dun profesional da comunicación dun feito noticioso será garante, sempre, da súa importancia informativa, relevancia discursiva, rigorosidade e veracidade. Será este un tema que o doutorando desenvolverá, no ámbito do xornalismo deportivo, nunha fase posterior á defensa da súa tese de doutoramento.

⁹⁰ Singer (2011) dío do seguinte xeito: "Being a gatekeeper, then, is not just about the quantity of what makes new son any given day –how many items fits into the pages available in the newspaper or the minutes in the news broadcast- but about its quality. Journalists feel responsible not simple for how much information they provide to the public but for how good, especially how truthful, that information is". Neste senso, existe un grupo de autores que consideramos de referencia e que levan uns anos producindo un bo número de textos científicos (Hermida Domingo, Heinonen, Paulussen, Singer, Quandt, Zvi e Vujnovic, 2011; Harrison 2010; Boyd, Golder e Lotan, 2010; Collado Cabeza 2011; Noguera Vivo 2010; Howe 2008) interesanets que temos moi en conta e teremos no desenvolvemento das liñas de investigación que serán continuación desta tese de doutoramento.

3.4. A DIVULGACIÓN DA INFORMACIÓN QUE PRODUCE O XORNALISMO ESPECIALIZADO

O ideal de divulgación do xornalista especialista ten moito que ver coa recuperación da autoría perdida da man das novas tecnoloxías e da participación cidadá entendida como xornalismo. O xornalista especialista deberá dotar de sentido a unha realidade atomizada atendendo a múltiples intereses dunhas audiencias tamén segmentadas e selectivas (cfr. Patten, 1988: 66-67) e que demandan unha información veraz, rigorosa, completa e contextualizada, que o xornalista especialista deberá saber elaborar sustentándose nas prácticas propias do Xornalismo Especializado e na metodoloxía⁹¹ especializada, marcas de identidade deste xornalismo.

⁹¹ *Vid.* punto 3.3.2.

O discurso xornalístico do periodista especializado –segundo Quesada (1998: 43) “argumentativo e interpretativo fundamentalmente” - debe ir dirixido a un público que vive inmerso na Sociedade da Información e a Comunicación, sobresaturado de información. Neste contexto é onde cobra maior relevancia o papel do xornalista especializado, que debe actuar coma un elemento integrador de discursos entre as áreas de especialización e saberes por unha banda, e entre estes e a audiencia pola outra.

O xornalista especialista debe converterse nunha sorte de *demiúrgo* segundo a concepción platónica que aporte sentido á realidade que se presenta mediante múltiples vías e formas á audiencia (cfr. Wolton, 2002: 129), no caso do Xornalismo Especializado en forma de áreas temáticas. Carmen Herrero (2004: 172 e ss.) apunta que “la divulgación de estas materias es clave para el fomento de una auténtica cultura científica y cívica y para la formación de individuos con espíritu analítico, curioso y crítico”, ao tempo que postula seis funcións esenciais que debe cumprir a divulgación:

- Función informativa
- Función educativa
- Función social
- Función cultural
- Función económica
- Función político-ideolóxica

Todas estas funcións están encamiñadas dar a coñecer mensaxes a unha audiencia, procurando educala en determinados ámbitos do saber tendo en conta os seus intereses para achegarlle o coñecemento e sumar esforzos na consecución da democratización do coñecemento.

Polo dito ata o momento, “la divulgación ha de adecuarse, en consecuencia, a la especialización de las audiencias” (Isasi, 2006: 19). Porén, xorde unha pregunta importante lodo desta afirmación: quen debe ser o responsable da divulgación dos contidos especializados? Xosé Soengas (Soengas Pérez, 2003: 82) fala dunha realidade poliédrica neste senso. Así, segundo unhas correntes de pensamento ou outras, poderemos atopar as seguintes proposicións para nomear ao responsable da divulgación dos contidos especializados:

- a) Un experto na materia.
- b) Un xornalista especializado no tema.
- c) Un xornalista, aínda que non estea especializado no tema, co apoio das fontes axeitadas.

Soengas (Soengas Pérez, 2003: 83) opta pola figura “dun profesional -do xornalismo- experto nunha área ou un especialista nunha materia con coñecementos xerais de xornalismo, pero sempre un profesional da información”, opción que aceptamos e compartimos. Pero, no fondo da cuestión, debe estar sempre a necesidade de que o xornalista especializado traslade a círculos cada vez máis grandes de audiencias o saber especializado das diferentes áreas do coñecemento. Desta maneira, acadará un resultado distinto a se ese coñecemento fora difundido en ámbitos dun carácter pechado ou socialmente restrinxido debido a un carácter científico de índole profesional (Llano, 2008).

4. A INFORMACIÓN XORNALÍSTICA ESPECIALIZADA EN DEPORTE

4.1. BREVE HISTORIA DA INFORMACIÓN XORNALÍSTICA ESPECIALIZADA EN DEPORTE NA PRENSA DIARIA. CASO ESPAÑOL E CASOS INTERNACIONAIS DE REFERENCIA

A comunicación deportiva existiu dende que os humanos descubrimos o xogo e, con el, a competición. As primeiras manifestacións poderíamos buscalas nas máis antigas pinturas rupestres e nos relatos de dous dos máis importantes persoeiros e intelectuais da Antiga Grecia: Homero e Píndaro. Homero, pola súa banda, conta na *Ilíada* como Ulises organiza os chamados “Xogos Fúnebres” na honra de Patroclo, mentres que Píndaro louva nas *Olímpicas* aos gañadores dos Xogos Olímpicos (Alcoba, 2005: 48).

O deporte sempre foi unha actividade que a humanidade seguiu con grande interese. Dende os primeiros textos escritos nos xornais impresos de finais do século XIX ata o deporte híper mediatizado da actualidade, que experimenta as presións que sobre el exercen os medios de comunicación ao mesmo tempo que inflúe tamén nas rutinas e nas axendas diarias destes.

Segundo Antonio Alcoba (1980), o primeiro xornal deportivo que aparece é o *Nieuwe Tijdingen*, periódico creado no ano 1605 en Holanda. Pero será moito máis tarde, coa recuperación dos Xogos Olímpicos e coa disputa en Atenas da primeira olimpíada da era moderna⁹², cando se inicie a carreira dos xornais por cubrir os acontecementos deportivos. Neste caso, o xornal parisino *Le Figaro* mailo londinense *The Times* enviaron xornalistas en calidade de reporteiros para cubrir o feito deportivo que se ía celebrar na capital grega, dando lugar a unha das primeiras experiencias de artigos deportivos que se coñecen (Alcoba, 1987:24-29). Porén, outros autores coma o francés Edouard Seidler ubican os primeiros artigos xornalísticos deportivos no século XVIII, e para maior precisión no ano 1733, momento no que o xornal *The Boston Gazette* se paraba a narrar un combate de boxeo (Seidler, 1964: 27).

4.1.1. A información deportiva, un novo episodio da loita entre Hearts e Pulitzer

Como conta Alcoba (Alcoba, 2005: 39), a primeira aposta real e con azos de continuidade que un medio xeralista fixo pola publicación de novas sobre acontecementos deportivos foi a do xornal *The New York Journal* aló por 1895 que, baixo a influencia decisiva do seu propietario -William Randolph

⁹² Celebrados en 1896 por iniciativa de Pierre de Fredy, Barón de Coubertin, que dous anos antes -o 23 de xuño de 1894- fundara o Comité Olímpico Internacional coa vontade de recuperar a celebración dos Xogos Olímpicos.

Hearts-, apostou por incluír nas súas páxinas noticias sobre as carreiras de cabalos, feito que lle proporcionou un gran éxito e que fixo que os seus competidores -entre os que destacaba o *The New York World*, propiedade de Joseph Pulitzer- se viran na obriga de incluír nas súas estruturas unha sección dedicada á información sobre deportes para non perder o paso no baile que comezara o xornal propiedade de Hearts. Foi precisamente o grande competidor do *The New York Journal* de Hearts, o *The New York World* o primeiro en facerlle sitio nas súas páxinas a unha sección dedicada aos deportes -a finais do ano 1872-. Porén, non foron estas as primeiras empresas xornalísticas que decidiron introducir os deportes entre as noticias que habitualmente publicaban, senón que a primeira experiencia de inclusión de noticias deportivas nas páxinas dun diario xeralista foi a do periódico *The New York Herald*, no ano 1835 (Jones e Baró, 1996: 20).

4.1.2. *The New York Times*, as primeiras portadas

Pero, se a publicación de información deportiva nun diario xeralista fora un paso esencial para o xornalismo deportivo, non menos importante foi que o xornal *The New York Times* publicara un titular deportivo na súa portada, o 24 de setembro de 1926, converténdose no primeiro medio impreso xeralista que facía un oco na súa primeira plana para a información sobre deportes. O protagonista da información era o boxeador Gene Tunney, que recibía a homenaxe dos cidadáns de Nova Iork parapetado no asento traseiro dun coche sen capota logo de resultar vencedor nun combate o día anterior que o enfrontaba ao púxil Jack Dempsey en Philadelphia. Tunney e Dempsey eran os protagonistas dunha información á que o *New York Times* dedicaba 100 columnas (Alcoba, 2005: 39). O gañador era o protagonista principal da portada do xornal neoiorquino, xa que aparecía nunha fotografía que acompañaba ao titular en primeira páxina. Así, o *The New York Times* daba o segundo e decisivo paso na consolidación da importancia

do xornalismo deportivo nas primeiras décadas do século XX. Dende este momento –aínda que non coincidindo nos tempos e evolución destes- a que se podería denominar como onda do deporte “no tardaría en chegar a la prensa de información general, que empezó a dedicar una sección específica a la actualidad deportiva, ilustrada por lo general con una amplia cobertura gráfica” (Ortega en Fuentes y Fernández Sebastián, 1998: 209).

4.1.3. Os casos europeo e español

En Europa, as primeiras publicacións que teñen os temas deportivos como motivo da súa especialización aparecen na segunda metade do século XIX. Así, vemos como na década de 1850 aparece no Reino Unido o xornal deportivo *Sportsman*, que posteriormente pasaría a chamarse *Sporting Life*. En Francia existen dous casos esenciais na época na que as publicacións deportivas estaban a agromar: aparece *Le Sport* no ano 1854 e o primeiro diario deportivo do país veciño, *Le Vèlo*, editado en 1892 (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 276).

Este avance na prensa impresa provocou que a radio se movilizase. Nun primeiro momento este medio tivo dous impedimentos moi importantes para poder realizar o seu traballo: por unha banda as dificultades técnicas que supoñía a retransmisión en directo dos espectáculos deportivos da época e, pola outra, a desconfianza dos promotores dos eventos que non acababan de ver con bos ollos a un medio que ameazaba con restarlles ingresos -a posibilidade de que a radio provocase unha baixada na asistencia de espectadores era máis real ca nunca, xa que este medio ofrecía a posibilidade de escoitar dende un receptor a retransmisión do feito deportivo sen acudir ao lugar físico onde se producía-. Pero unha vez que a tecnoloxía deu resposta ás necesidades dos equipos de retransmisión, os organizadores non tiveron máis remedio ca ceder ás presións dos medios xa

que os reporteiros conseguían, dun xeito ou outro⁹³ facer o seu traballo e narra os acontecementos deportivos aos oíntes.

No caso español, non foron os xornalistas os que primeiro informaron sobre temas deportivos nos xornais, senón que foron escritores afeccionados os que saciaban a necesidade de información dos lectores sobre diversas competicións de distintos ámbitos deportivos cun estilo floreado e épico, propio de finais do século XIX e principios do XX. Nun primeiro momento, os propietarios dos xornais conformábanse con ofrecer unha información pouco completa e sesgada, sen a obxectividade que merece calquera peza xornalística que se publique. Porén, pronto se decataron de que coa creación das diferentes categorías e competicións rexionais, provinciais e a inminente aparición de competicións nacionais, a información necesitaría unha especialización temática no ámbito da información deportiva coa que os xornalistas da época non contaban. Para esquivar este inconveniente, moitos dos donos dos xornais optaron por contratar a deportistas retirados que farán as veces de xornalistas especializados comentando os deportes nos que participaran activamente non moito tempo antes.

4.1.3.1. A repulsa inicial á información deportiva e ao informador deportivo

Nese primeiro momento, no que o xornalismo deportivo agromaba entre a información económica, política e de sociedade, moitos xornalistas déronlle as costas a ese novo ámbito da información que estaba a reclamar profesionais por consideralo frívolo e simple. Así, como afirman Daniel E. Jones e Jaume Baró, a figura dos primeiros xornalistas deportivos vai ser caso de polémica por unha repulsa popular fundamentada nunha visión mundana, *esnob* e superficial que a sociedade tiña da actividade deportiva,

⁹³Por aquel entón, era ben coñecida a habilidade dos xornalistas para agatuñar polas torres das igrexas para poder retransmitir aqueles feitos deportivos en cuxos lugares de celebración non podían entrar por estar vetados polos organizadores.

inútil para algúns e perigosa para outros moitos (Jones e Baró, 1996: 19). Porén, moitos outros profesionais do xornalismo viron unha oportunidade de traballo no novo campo da información que estaba a nacer e decidiron apostar por aplicarlle aos acontecementos deportivos as boas maneiras do xornalismo de rigor e obxectivo para cimentar o que hoxe é unha das máis importantes -por número de lectores- área temática de información na nosa sociedade.

O crecemento que se daba no campo da información deportiva co paso do tempo creou a necesidade de contar con xornalistas especializados. Debían ser persoas cun gran volume de coñecementos en diferentes áreas. Tiña que tratarse de profesionais que contaran cunha formación multidisciplinar para ser quen de ir máis aló do mero feito deportivo e conseguir artellar un discurso xornalístico no que as múltiples relacións do deporte con outros campos quedasen retratadas. O xornalista debía ser quen de plantexar novas situacións e crear mapas relacionais que establecesen as conexións do deporte e do feito deportivo en particular cunha sociedade cada vez máis interesada pola actividade deportiva e, en concreto, pola información deportiva.

Na actualidade seguen a darse situacións profesionais de menosprezo ao xornalismo deportivo. Así, como afirma Sergio Levinsky (2002: 149 e ss.) aínda é hoxe o día no que se considera a “sección de Deportes como ‘anti-intelectual’” e se ten unha imaxe do xornalista que traballa no ámbito dos deportes coma un profesional frustrado e que acepta de bo grado un traslado a calquera outra sección do medio de comunicación.

4.1.3.2. Das *gacetiñas* ás publicacións especializadas e seccións de deporte pasando polas *Hojas del Lunes*

Nun primeiro momento soamente existían *gacetiñas*, publicacións que aló por finais do século XIX eran estritas convocatorias ou simples resultados de eventos deportivos. Só unha vez que o deporte colleu certa sona entre a clase burguesa acomodada estas publicacións comezaron a ter certa identidade e importancia, pero nun primeiro momento a información deportiva quedou relegada a un segundo plano. En moitos casos foron asociacións mantidas polas clases acomodadas as que deron orixe a publicacións sobre deporte⁹⁴. Asociacións dominadas polas ideas “tan plausibles como la solidaridad, la competencia leal, el conocimeiento de la naturaleza, el fomento de la educación física y, en general, actividades de contenido cultural” “ que seguían dinámicas que axudaran á “desaparición de viejos vicios y del nacimiento de costumbres que impulsaran una juventud más fuerte, más sana” (García Candau, 2004: 454).

Neste ambiente, as primeiras seccións de deportes que apareceron estaban formadas por profesionais que non foran quen de desenvolver con criterio o traballo xornalístico noutras seccións de maior importancia relativa naquel momento -Política, Economía, Sociedade...-. Estes xornalistas eran enviados á sección de deportes coa esperanza de que os seus erros diminuíran en canto a transcendencia nunha sección menor como era a de deportes por aquel entón.

Neste clima de entreséculos, naceron as primeiras experiencias de publicacións dedicadas ao deporte debido á influencia anglosaxona e

⁹⁴ Como foi o caso da *Sociedad Gimnástica Española*, creada en 1887, que comezou centrándose na práctica da esgrima e pouco a pouco foi conseguindo material para a práctica de moitos outros deportes e chegou a disputar as primeiras edicións da Copa do Rei de fútbol cun equipo propio – chegou a disputarlle a final ao Barcelona na edición de 1912, perdéndoa por 0 tantos a 2-.

francesa. Nun primeiro momento a arte cinexética era a protagonista e *leit motiv* das publicacións especializadas en deporte⁹⁵ -as revistas *El Cazador* e *La Caza*, considerado este último o primeiro diario deportivo español ,ámbalas dúas datan de 1856; a bilingüe *El Colombaire* , de 1886-.

Máis tarde -nos xornais *La Vanguardia* , en 1889, e *Heraldo del Sport*, en 1902- publicaríanse as primeiras pezas xornalísticas que daban conta do sucedido en encontros futbolísticos, dando comezo ao xénero rei da información deportiva: a crónica. No caso dos xornais de información xeral, prestábase moita atención ás noticias deportivas. Tanto é así que gran parte destas informacións eran reunidas nun suplemento que acompañaba os luns ao xornal dedicado ás novas sobre deportes. Un dos primeiros xornais de información xeral que recolleu información deportiva nas súas páxinas foi o madrileño ABC (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 278).

Tamén Seoane e Saiz (1996: 53) falan deste proceso de inclusión da información deportiva nos medios xeralistas a través de páxinas semanais especializadas publicadas co obxectivo de enganchar a un público segmentado ou darlle cobertura ás demandas dos distintos membros da familia. Así, recollen como arredor dos anos 20' do século pasado os xornais xeralistas comezan a publicar “páxinas femeninas, infantiles, teatrales, cinematográficas, taurinas, deportivas, de turismo, de agricultura, de higiene y medicina, etcétera”.

Pódese observar que os últimos anos do século XIX e primeiras décadas do século XX non foron doadas para a información deportiva. Vimos como o primeiro campo de batalla para a información deportiva era unha prensa escrita na que moitos dos seus profesionais a despreciaban nun primeiro

⁹⁵ Outras publicacións dedicadas ao deporte son: *La Ilustración Gimnástica*, *El Pelotari*, *Sport*, *Crónica del Sport*, *El Campeón* e o *Heraldo Sport*.

momento -e tamén as dificultades e reticencias que entre os promotores deportivos espertaba a radio-.

Pero, e a televisión? A televisión, segundo Alcoba “es el medio por excelencia del auge del deporte en todo el mundo”, xa que “las imágenes en directo llegan incluso a paralizar la vida de ciudades enteras” (Alcoba, 1993: 65). Como Alcoba asegura, o medio responsable do auxe do deporte a nivel mundial tivo un inicio de relación co deporte menos difícil cá prensa e a radio. Así, a información deportiva televisada comezou a facerse forte nos Xogos Olímpicos de Berlín, en 1936. Os Xogos desenvolvéronse en directo, e para todo o planeta, grazas á retransmisión que a televisión fixo do evento. Os produtores do novo medio televisivo estaban necesitados de ingresos e pronto se decataron da gran veta de ouro que supoñía a retransmisión dos acontecementos deportivos -e con máis razón eventos de nivel e importancia mundial como eran os Xogos Olímpicos-. Así, en pleno nazionalsocialismo alemán e coa II Guerra Mundial a piques de estalar, a información deportiva televisada acaparou unha un grao máximo de relevancia como medio de referencia para a poboación.

Paralelamente á inclusión da información deportiva nos xornais xeralistas, comezaban a crearse no ámbito comunicativo español publicacións periódicas dedicadas, única e exclusivamente ao deporte (cfr. Alcoba, 1999: 59 e ss.). Así, o primeiro diario deportivo de España foi o *Excelsior*, que editou dende 1924 en Bilbao Javier Cortázar. Esta iniciativa informativa tivo continuidade ata 1931 ano en que foi substituída polo xornal *Excelsius*, editado tamén en Bilbao entre os anos 1931 e 1937. (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 277).

En 1926 xorde o segundo diario deportivo de España, cando *El Mundo Deportivo* cambia a súa periodicidade e comeza a saír diariamente e non

semanalmente, como viña facendo dende a súa creación en 1906. Dende este momento comezan a aparecer as grandes cabeceiras especializadas en deportes que hoxe son as máis vendidas no territorio español. Así, o 7 de xuño de 1932 aparece o diario deportivo *As* cunha periodicidade semanal, deixando de saír á rúa un mes antes do estalido da Guerra Civil. Reaparecería, pasando a publicarse diariamente en 1967, catro anos antes de que se editase *As color*. Poucos anos despois, e co país inmerso na Guerra Civil, nace o semanario *Marca*, en 1938. Este xornal vería interrompida a súa edición poucos meses despois de nacer e reaparecería en 1942, xa editado cun carácter periódico diario (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 277).

Nestes anos, o obrigado descanso dominical da prensa facía que os luns non saísen á rúa os xornais, polo que precisamente o día despois da celebración da maior parte dos eventos deportivos da fin de semana, os lectores non podían mercar as publicacións que os mantiñan informados. Este baleiro cubrírono as chamadas *Hojas del Lunes*, que comezaron a fundarse en 1926 nas principais cidades españolas e que eran publicadas pola Asociación da Prensa de cada provincia para permitir o descanso dos traballadores da prensa. Estas publicacións daban cabida á información deportiva reclamada polos lectores. O panorama comunicativo mantívose sen prensa os luns ata que *Diario 16* comezou a publicar tamén os luns no ano 1984, poucos anos despois de que aparecese en Barcelona o diario *Sport*, o último en nacer das máis importantes publicacións diarias especializadas en deporte en España.

Mentres, en Europa aparecían tamén xornais especializados en información deportiva que marcarían unha época e que hoxe se consideran de referencia como son o italiano *La Gazzetta dello Sport*⁹⁶, fundado en 1896, o francés

⁹⁶ Xornal centenario dinamizador da actividade deportiva do italiana mediante a organización de importantes competicións ciclistas –Milan-San Remo dende 1905, o Giro de Lombardia, dende 1907 e o Giro d'Italia, dende o ano 1909-.

L'Equipe (1946) ou o portugués *A Bola*, creado en 1945 (E. Jones e Baró, 1996: 24-25).

4.1.3.3. Os primeiros pasos da información sobre baloncesto en España

No caso da información sobre baloncesto, tería que ser un dos xornais deportivos o que dera o primeiro paso e publicase unha peza sobre este deporte. Ningún xornal de información especializada recollera unha información xornalística de certa importancia sobre baloncesto ata que o xornal deportivo barcelonés *El Mundo Deportivo*, o 8 de abril de 1925, recolle un comentario baixo a denominación xenérica de “Polisportiva” sobre un encontro disputado na cidade condal. Sería este mesmo diario o que case un ano máis tarde (o 25 de marzo de 1926) publicaría por primeira vez en portada unha información sobre baloncesto. Esta peza ía acompañada, ademais, dunha fotografía e narraba un encontro entre o Hindú Club de Bos Aires e a selección catalá (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 278).

4.2. A INFORMACIÓN DEPORTIVA COMO ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN

Se con anterioridade tratabamos as características inherentes a toda área e bloque de especialización xornalística⁹⁷, é o momento de aplicar este patrón ou baremos á información deportiva para afirmar a pertenza desta ao conxunto de áreas de especialización temática presentes na actualidade na profesión xornalística.

⁹⁷ *Vid.* punto 3.3.3.

Na actualidade, hai unha necesidade de contar con xornalistas preparados para facer fronte a todas as esixencias da especialización de contidos e atomización de audiencias e intereses dos públicos, pero tamén existe unha necesidade de que xurdan xornalistas especializados -que apliquen as máximas da metodoloxía propia do xornalismo especializado, cun carácter propio de xornalista especializado e cunha estratexia de divulgación dos contidos tamén recoñecible neste tipo de profesionais- en deporte. No caso de non ser así, as audiencias recibirán unha información vulgar, marcada pola escasa credibilidade que os públicos lle outorgarán aos xornalistas (Alcoba, 1993: 14).

Hai que desbotar, en primeira instancia, o concepto de “profesionalización” (Bandrés et al., 2000: 44) do ámbito da información deportiva como causa incluínte desta no grupo de áreas de especialización xornalística xa que serían desbotados por escaso rigor científico todos aqueles que seguiran a liña de argumentación que defende o funcionamento independente dos xornalistas deportivos en relación ao resto dos traballadores da redacción do medio –con encargo exclusivo de seguir a actualidade polideportiva– como motivo lexitimador da especialización da información sobre deporte. Esta tese ten unha gran carga de experiencia do xornalista dedicado á información deportiva, moitos hábitos profesionais compartidos e instaurados na profesión, un gran compoñente empírico e moita intuición pero, porén, a “profesionalización” do ámbito da información deportiva, adoece do rigor científico necesario como para ser causa fundamental da súa consideración como área de especialización xornalística.

4.2.1. Coherencia temática, tratamento específico da información e múltiples subáreas internas: o caldo de cultivo da Información Xornalística Especializada en Deporte como área de *superespecialización*

Retomando os requisitos de todo ámbito de información para converterse en área de especialización temática da profesora Fontcuberta xa expostos⁹⁸, tentaremos aplicalos á información deportiva para comprobar, de primeira man, se en verdade estamos diante dunha área de información periodística. Así, e segundo Mar de Fontcuberta (1997: 21), a información deportiva –ao igual que calquera outra área- debería contar con:

- a) **Coherencia temática.** Neste caso, parece evidente que a información deportiva fai referencia a un saber/ciencia da realidade cognoscible. A información deportiva, ten un campo temático específico, propio, consolidado ao longo de séculos de práctica deportiva e interese da sociedade (ou colectivos pertencentes á sociedade). Así, os textos producidos e divulgados a partires desta parcela da realidade contan cunha dobre coherencia: por unha banda son coherentes coas audiencias e coas necesidade e intereses informativos que estas manifestan, e pola outra, coa realidade que analizan, interpretan e divulgan.

A esta consolidación axuda tamén a existencia de fontes específicas para a información deportiva⁹⁹ e a incorporación dun número cada vez maior de xornalistas cunha formación contrastada á área de información sobre deporte.

⁹⁸ Vid. 3.3.3.

⁹⁹ Aínda que moitas delas sexan compartidas con outras áreas do saber ou ámbitos da sociedade polo carácter multidisciplinar propio do ámbito deportivo. Así, un presidente ou directivo dun clube ou asociación deportiva pode ser, á súa vez, dirixente dunha empresa ou desempeñar un cargo político.

Hérbert (1946: 7) define o deporte coma “todo género de ejercicio o actividad física que tenga como meta la realización de una marca, y cuya ejecución se base esencialmente sobre la idea de lucha contra un elemento definido: una distancia, un animal, un adversario y, por extensión, uno mismo”. Con esta maneira de entender a práctica deportiva entronca a idea que aporta Antonio Alcoba (1993: 22 e 2005: 28) cando fala do deporte coma “toda actividade física, individual ou colectiva, practicada en forma competitiva”. Entón, temos como denominadores comúns a actividade física, a competitividade e os azos de acadar o éxito –en forma de marca temporal, marca de distancia, vitoria fronte a un adversario...-.

- b) **Tratamento específico da información.** Que inclúe a construción de textos coherentes, o emprego de fontes de información propias, a coherencia co segmento de audiencia ao que se dirixe e a existencia de profesionais de sistematizar a información e contextualizar as novas que se producen, é dicir, a presenza de xornalistas especializados. Parece que, a información xornalística sobre deporte tamén cumpre as características que marca este segundo epígrafe que marca a profesora Fontcuberta.
- c) **Múltiples subáreas internas.** Antonio Isasi (Isasi, 2006: 22 e ss.) engade outro factor común que axuda a configurar un concepto actual do deporte como son os patróns de competitividade, ou o que é o mesmo, as diferentes modalidades deportivas que integran o vasto concepto ‘deporte’.

Así, como avanza Isasi, podemos ver que estas enunciacións do termo ‘deporte’ conlevan, de xeito implícito, a coherencia temática da área de especialización denominada ‘Deportes’ (Isasi, 2006: 23): por unha banda, a área de especialización ‘Deportes’ fai referencia a un tema concreto -enmarcado como actividade física e cun compoñente

competitivo-, e pola outra, existen un gran número de subáreas, tantas coma modalidades deportivas, que converten á sección ‘Deportes’ nunha “superárea que consta de tantas subáreas como actividades deportivas existen” (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 280), que nos leva a entender ‘Deportes’ coma unha área de superespecialización¹⁰⁰.

4.2.2. O tránsito da Información Xornalística Especializada en Deporte de bloque temático a área de especialización

Unha vez establecidos os requisitos que debe cumprir calquera área de especialización, para ser considerada como tal, comprobamos que a información deportiva cumpre os as condicións básicas para ser considerada unha área de especialización temática dentro do xornalismo especializado. Porén, o deporte non naceu catalogado coma área de especialización. Este feito explícase recordando dous conceptos clave (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 15-16):

- *Área de especialización*: conxunto de parcelas ou elementos de información que están relacionadas por un ou varios dos seus aspectos e contidos, así coma polos intereses comúns ou similares.
- *Bloque informativo*: son conxuntos de información relacionadas cunha determinada área de especialización. Tamén son coñecidas coma subáreas de especialización.

Así, hai que ter en conta que nas primeiras clasificacións ao respecto das áreas temáticas, o deporte simplemente era considerado coma un *bloque informativo* e non unha área especializada. Así, Orive e Fagoaga (1974: 86) inclúen a información deportiva como *bloque informativo* dentro da que

¹⁰⁰ Cfr. Alcoba, 1993: 121-122 e Paniagua: 2003: 12.

deron en denominar por aquel entón *Área Recreativa*. Outro exemplo é o da clasificación que Fontcuberta fai a principios dos anos 90', onde sitúa ao deporte como bloque pertencente á área *Sociedade* (Fontcuberta, 1992: 95). Pero, tendo en conta a relación inherente que cada clasificación ten co contexto co que nace¹⁰¹ e o auxe da información deportiva e dos medios que a divulgan nos últimos anos¹⁰², enténdese que os autores inclúan nas súas clasificacións ao deporte como área de especialización.

Na actualidade, moitos autores defenden esta afirmación e inclúen a información deportiva dentro das súas clasificacións de áreas especializadas. Así, por exemplo, Juan Ramón Muñoz-Torres afirma que existen seis grandes áreas de especialización: política, economía, ciencia e tecnoloxía, cultura, deportes e sociedade. Se temos en conta que cada área pode ser dividida en bloques informativos, Muñoz-Torres tan só fai unha diferenciación entre dous bloques dentro da área: os deportes practicados de xeito individual e os que son realizados en equipo (Muñoz-Torres, 1997: 37-38).

Por outra banda, Esteve Ramírez e Fernández del Moral (1999: 175-192), sen pretender facer unha análise pormenorizada de todas as posibles áreas de especialización existentes, acaban por presentar e estudar dezoito¹⁰³ posibles campos de especialización temática. En cada caso fan unha caracterización xeral, unha exposición das súas orixes, unha descrición das súas principais funcións e disfuncións e trazan un perfil básico de

¹⁰¹ Pódese afirmar que cando se fala dunha ou outra clasificación de áreas especializadas no xornalismo hai que ter presente sempre o contexto no que foi elaborada e asumir que era operativa nese momento e baixo circunstancias determinadas e determinantes (Quesada, 1998: 57, 72-73).

¹⁰² Causado, sen dúbida, pola gran repercusión social que ten o feito deportivo, tal e como demostran os datos da OJD e do EGM.

¹⁰³ Son: editorialismo e ensaio, información sobre política internacional, información sobre política nacional, información sobre política local-rexional, información sobre educación, información científico-técnica, información cultural, información sobre creación literaria, información teatral, información musical, información cinematográfica, información económica, información socio-laboral, información turística, información sobre saúde, información deportiva, información sobre ecoloxía e medio ambiente e, por último, información icónica (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999).

profesional que todo xornalistas que pretenda traballar neses ámbitos debe cumprir para poder desenvolver un traballo rigoroso. Evidentemente, a información deportiva atópase entre as áreas de especialización nomeadas por estes dous autores. Ademais, contribuíndo á solidez dos cementos do deporte como área especializada, xa hai autores que consideran a información deportiva unha “superárea”, que á súa vez refire nos seus contidos tantas subáreas como modalidades deportivas existen (Esteve Ramírez e Fernández del Moral, 1999: 280).

Deste xeito, podemos xa considerar a información deportiva coma unha área de especialización existente no xornalismo. Esta área de especialización está configurada polos contidos que teñen relación co deporte, entendendo por tal o que Alcoba (1993: 22) define como “toda actividad física, individual o colectiva, practicada de forma competitiva”. É este último cualificativo que Alcoba lle aplica á definición, “competitiva” o que lle dá un sentido máis profundo aos contidos que teñen cabida nas seccións de deportes. Así, a información xornalística que se publica nesta área en concreto non ten como referencia tanto ao deporte como actividade lúdica ou exercicio de diversión coma a aqueloutra actividade deportiva que se realiza nun marco competitivo, que dá como resultado o espectáculo que atrae a grandes audiencias.

Este feito provoca que os medios se esquezan moitas veces dos deportes minoritarios en favor dos deportes que congregan un maior número de audiencias na procura de información, como asegura Alcoba (1993: 80-82). Por outra banda, este autor elabora un listado de 50 modalidades deportivas diferentes, que fan da “superárea”¹⁰⁴ da información deportiva unha das máis variadas en canto a subáreas, xa que, como ben quedou referenciado

¹⁰⁴ *Vid supra*.

con anterioridade¹⁰⁵, cada deporte pode ser considerado unha área menor encadrada dentro da grande área especializada do deporte. Así, dende os máis masivos –fútbol, baloncesto, motociclismo, Fórmula 1...- ata os minoritarios –curling, petanca ou tiro con arco- esixen un grao importante de especialización por parte do xornalista que traballe no seu ámbito¹⁰⁶.

¹⁰⁵ *Vid supra*.

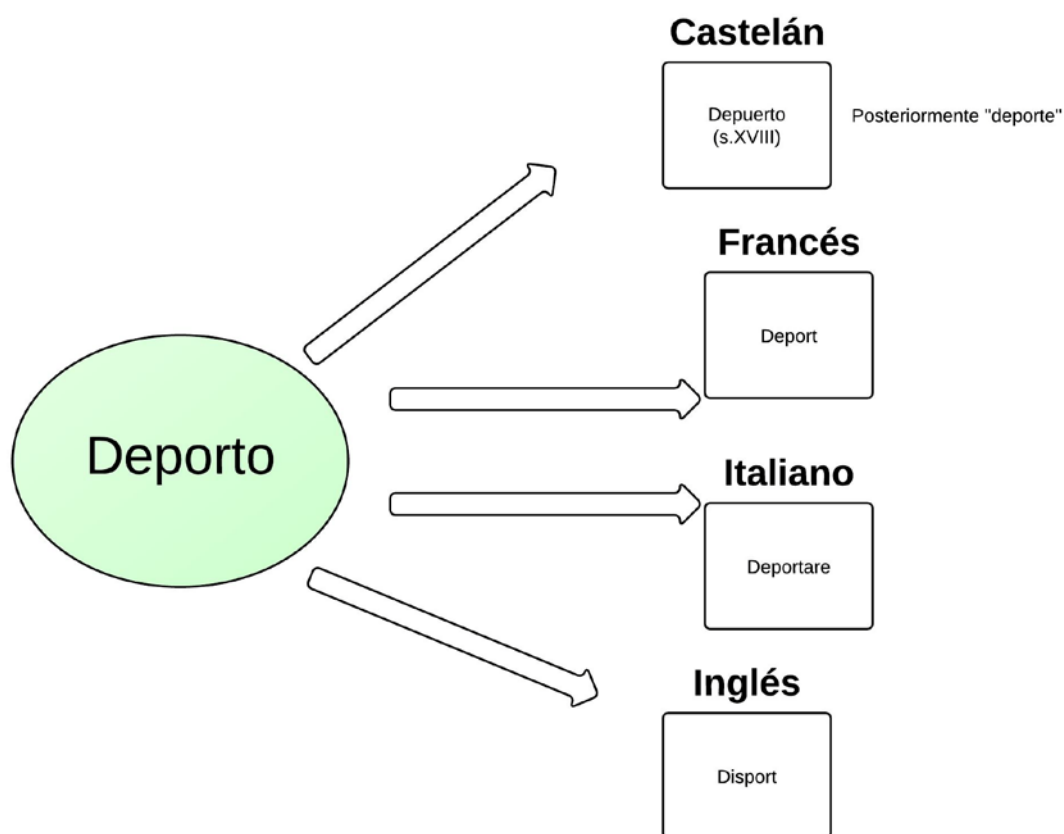
¹⁰⁶ Sería unha especialización na subárea dentro da especialización que esixe a área xornalística dos deportes. Feito que non quere dicir, com ben apunta Alcoba (1993: 128), que todo xornalista que traballe na área deportiva deba coñecer todas as modalidades e participantes en cada unha delas.

4.3. CARACTERÍSTICAS DA INFORMACIÓN XORNALÍSTICA ESPECIALIZADA EN DEPORTE

4.3.1. Pero, que é o ‘deporte’?... Conceptualización do feito deportivo

4.3.1.1. *Deporte vén de...*

Neste breve apartado queremos aclarar a orixe do termo “deporte” dende un punto de vista filolóxico. A crenza estendida é que este termo provén do anglosaxón “sport”. Non é así. Existen varios estudos coma por exemplo os de Maximiano Trapero (1994) e García Blanco (1997) que nos falan dunha orixe latina da palabra “deporte”. Seguindo a García Blanco, a evolución do termo do latín “deporto” ás linguas romances deuse do seguinte xeito:



Gráfica 2. Evolución do termo do latín “deporto” ás linguas romances. Elaboración propia baseada en García Blanco (1997).

Unha vez vimos de onde provén, dende un punto de vista dos estudos filolóxicos, a palabra “deporte”, vexamos como a definen algúns autores e como outros falan da dificultade de facelo.

4.3.1.2. Definición

Está claro que o deporte é un dos fenómenos que cobra unha maior importancia na sociedade moderna, tanto polo número de seguidores que ten coma polas relacións que este ámbito ten establecido con outras parcelas moi importantes para o devir da humanidade –como son a política, a económica, a das ciencias da saúde...-. Así, algúns autores coma Manuel García Ferrando (1990) ou J. Hernández Moreno (1994) afirman que o deporte é o fenómeno social máis característico das sociedades actuais.

Por unha banda, se acudimos aos dicionarios para solucionar a cuestión da definición do termo 'deporte', atopámonos con que o dicionario da *Real Academia de la Lengua* o define coma unha “actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas” en primeira instancia, e en segunda coma “recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre”. Pola súa banda, o *Diccionario de Uso del Español de María Moliner* define o 'deporte' coma un “Ejercicio físico o juego en que se hace ejercicio físico, realizado, con o sin competición, con sujeción a ciertas reglas”, mentres que para Manuel Seco (Seco *et alter*, 2000) é calquera “actividad física individual o colectiva, realizada como ejercicio o placer, con sujeción a ciertas reglas y generalmente de carácter competitivo”. Se acudimos ao *Diccionario das Ciencias do Deporte* podemos observar como se fala dunha imposibilidade de delimitación con precisión desta noción debido ao seu uso diverso e corrente.

Pola outra, hai un gran número de autores que tentaron definir o 'deporte' e as súas funcións dentro da sociedade. Un dos primeiros que realizou un exhaustivo estudo do termo 'deporte' foi Miguel de Pernavieja (1966), quen trazou unha liña de significación da palabra a través da súa etimoloxía e uso nos diferentes textos nos que foi aparecendo. Nese mesmo ano, Carl Diem (1966) fai unha asunción do deporte coma xogo, pero cun carácter serio e rigoroso que lle imprimen as normas que o rexen e os valores que o acompañan, así coma os seus obxectivos de integración¹⁰⁷, a superación e a consecución de resultados positivos para as partes que participan da competición. Desta mesma década data a definición que deixou Pierre de Coubertin¹⁰⁸, citado por Hernández Moreno (1994:14), onde afirmou que o

¹⁰⁷ Neste, caso, xa Diem aventuraba unha das funcións do deporte que dende o goberno europeo se pretende fomentar: a integración (cfr. *Libro Blanco del Deporte* e Henry, 2005a e 2005b).

¹⁰⁸ Recordemos, restaurador dos Xogos Olímpicos modernos en 1896.

deporte “é o culto voluntario e habitual do intenso exercicio muscular, apoiado no desexo de progresar e que pode chegar ata o risco”.

Dez anos máis tarde, serán Lüschen e Weis (1976) os que definan o deporte coma unha acción social de carácter lúdico na que as habilidades, as tácticas e as estratexias fan que unha das partes –dous ou máis elementos- que participa na competición acade o éxito deportivo ou vitoria sobre os seus competidores. Poderíamos dicir que esta liña de pensamento é a que traballa no senso da concepción do deporte como *ludens*.

Sobre esta liña de definicións, outros autores como Riezu (1972) e Landers (1977) abundan en dous elementos sustanciais básicos do deporte para a súa caracterización: o carácter de competición que se desprende da acción social denominada deporte e as ansias de acadar logros cada vez maiores dos contrincantes, feito que os leva a marcarse novas metas e retos que superar. Como podemos comprobar, moitos dos autores que traballaron no ámbito do deporte e a socioloxía tentaron darlle unha definición ao termo, polo que existe unha gran variedade de postulados teóricos. Ante esta dificultade para delimitar unha realidade cambiante como é o termo ‘deporte’, algúns autores coma Cagigal (1981:24), Mandell (1984:89), Olivera (2006) ou Hsu (2000) teorizaron sobre a dificultade de definir o deporte debido a que se trata dunha realidade social complexa en constante cambio¹⁰⁹ dunha complexidade simbólica e realidades sociais e culturais tan diversas que dificilmente resulta definible.

No en tanto, outras definicións xurdiron coa teima de conceptualizar o termo. Así, Parlebas (1986), citado en Hernández Moreno (1994:15), define o deporte como unha “situación motriz de competición regulada e institucinoalizada”. Tamén nesa década dos 80’, José María Cagigal (1985) di

¹⁰⁹ Cfr. Barreau e Morne, 1991.

que o deporte é aquela competición organizada que vai dende o gran espectáculo ata a competición de nivel modesto; tamén é cada tipo de actividade física realizada co desexo de compararse, de superar a outros ou a si mesmos, ou realizada en xeral con aspectos de expresión, lúdicos, gratificadores, a pesar do esforzo.

Atendendo a esta esencia cambiante e dificilmente abarcable por unha definición estática, García Ferrando, coincidindo con outros autores¹¹⁰, define o deporte baseándose en tres eixos básicos e dun xeito flexible. O deporte para este autor é unha “actividad física e intelectual humana, de natureza competitiva, y gobernada por reglas institucionalizadas” (García Ferrando, 1990: 31). Tamén Sánchez Bañuelos (1992) tendo reducir o significado do deporte nas seguintes palabras: é toda actividade física que o individuo asume como esparcemento e que supoña para el un certo compromiso de superación de metas, compromiso que nun principio non é necesario que sexa establecido máis ca cun mesmo.

Será Hernández Moreno (1994) quen dea un paso máis no intento de estruturar o deporte segundo as súas características básicas, para que sexan estas -flexibles e amplas-, as que o definan e non sentencias ou proposicións estritas e ancoradas a unha circunstancia e contexto determinados. Así, procurando sintetizar as múltiples propostas definitorias dos diferentes autores, Hernández Moreno (1994: 15 e ss.) estrutura a súa definición arredor de cinco piares que son unha constante nas propostas teóricas precedentes:

- a) A acción ou situación motriz mecánica e comportamental que supón o deporte.
- b) O xogo, entendido cunha finalidade lúdica.

¹¹⁰ Cfr. Parlebas, 1986.

- c) A competición ou necesidade de superar unha marca o un ou varios adversarios.
- d) As regras¹¹¹, que permiten caracterizar o desenvolvemento da actividade deportiva.
- e) A institucionalización e control, así como implantación dos regramentos.

Estes catro elementos, en conxunción co contexto¹¹² contemporáneo de cada situación social, permitirán definir o deporte dun xeito amplo e flexible, adaptándose a todas as épocas e circunstancias. Así, para Hernández Moreno, o deporte é unha “situación motriz de competición, regulada, de carácter lúdico e institucional” (Hernández Moreno, 1994: 15). Nesta mesma liña, o Consello de Europa establece, a través da Carta Europea do Deporte (1992), que o deporte é “cualquier forma de actividad física que, a través de participación organizada o no, tiene por objeto la expresión o mejoría de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o la obtención de resultados en competición a todos los niveles”¹¹³, principio que compartimos, así como entendemos como válido o razoamento enunciado por Hernández Moreno que provoca esta definición.

Poderíamos continuar o listado de autores¹¹⁴ que definiron dalgún xeito o deporte. Así, Castejón (2001: 17) di que o deporte é unha “actividad física

¹¹¹ Principio este que non contemplaba un dos persoeiros máis destacados na historia do deporte a nivel mundial, non polos seus logros deportivos, pero si pola súa capacidade de promoción do deporte e da súa práctica: Pierre de Frédy, Barón de Coubertin, fundador –en 1896– dos Xogos Olímpicos da era moderna.

¹¹² No que inflúen de xeito determinante os *mass media*, a busca de logros sociais -igualdade ou política de progreso, por exemplo- e outros moitos factores presentes en cada chanzo da evolución social.

¹¹³ A Carta Europea do Deporte pode consultarse en: [https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec\(92\)13&Sector=secCM&Language=lanEnglish&Ver=rev&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec(92)13&Sector=secCM&Language=lanEnglish&Ver=rev&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75) [Consulta: 11 de marzo de 2010].

¹¹⁴ Estas aportacións e algunhas outras recóllen as Robles Rodríguez, Abad Robles e Giménez Fuentes-Guerra (2009) nun artigo moi interesante publicado en liña en *efdeportes.com* que referenciamos na bibliografía.

donde la persona elabora y manifiesta un conjunto de movimientos o un control voluntario de los movimientos, aprovechando sus características individuales y/o en cooperación con otro/s, de manera que pueda competir consigo mismo, con el medio o contra otro/s tratando de superar sus propios límites, asumiendo que existen unas normas que deben respetarse en todo momento y que también, en determinadas circunstancias, puede valerse de algún tipo de material para practicarlo". Tamén Antonio Alcoba (2005) nos fala do deporte coma unha actividade física, practicada de xeito individual ou colectivo, participada de xeito competitivo. Por último, Jorge Antonio Muñoz Guillén (2001) fai unha aproximación á conceptualización do deporte dende cinco perspectivas diferentes valéndose de teorías¹¹⁵ enunciadas por Cagigal (1966), Pila (1989) e outros. Así, Muñoz Guillén fala de:

- **Deporte de alto rendimiento:** ten como obxectivo a consecución de fazañas deportivas, superar marcas e establecer novos fitos nas diferentes modalidades. A meta é vencer ao adversario e á marca ou tope establecido. Trátase dunha modalidade exclusiva, discriminatoria e inhumana.
- **Deporte profesional:** a súa base é o Deporte de Alto Rendemento e a diferenza básica está en que os individuos, neste caso, viven da súa práctica. Produce espectáculo, xera fluxos económicos e comercializa o deporte.
- **Deporte formativo:** ten como obxectivo básico preparar ao practicante para responder, de xeito máis eficaz aos estímulos físicos propios das accións da vida diaria. Está vinculado a un exercicio practicado dende a infancia dos individuos co obxectivo de que as habilidades se automaticen.

¹¹⁵ Algunhas delas recóllense nos textos publicados nas actas do *VII Congreso y Asamblea de Deporte para Todos. El Deporte para Todos en España: Presente y Futuro*. Estas actas pódense consultar en : <http://www.kirolzerbitzua.net/adminkirolak/docsdin/Ponencias%20Congreso%20DpT%20INEF.pdf> [Consulta: 15 de xullo de 2011]

- **Deporta para todos:** ten que ver coa práctica dalgún exercicio ou deporte co obxectivo de acadar o mellor estado de saúde posible para cada individuo nas súas circunstancias específicas.
- **Deporte como instrumento:** a práctica deportiva está sometida, neste caso, á consecución de determinados obxectivos relativos a mellorar a imaxe dunha organización, marca ou institución.

Vemos como existen múltiples observacións arredor da definición do termo “deporte” e que todas apunta a unha complexidade á hora da súa conceptualización.

4.3.2. Funcións e disfuncións da información deportiva

Segundo Kopett (1994), o obxectivo do xornalismo deportivo é atopar fórmulas para crear ilusión e mantela en niveis elevados arredor do feito deportivo sen que importe o resultado do xogo. Detrás desta concepción dos obxectivos do xornalismo deportivo atópanse os cementos do negocio da espectacularización do deporte¹¹⁶.

Esteve Ramírez e Fernández del Moral (1999: 284-286) apuntan as funcións e disfuncións que, ao seu parecer presenta a información deportiva:

- **Funcións:**
 - a) Potenciar a práctica do deporte.
 - b) Fomentar o espírito deportivo.
 - c) Desterrar as prácticas violenta no deporte.
 - d) Posibilitar o diálogo e a comunicación.

¹¹⁶ Kopett afirmaba que, naquel momento, de cada 100 dólares que os estadounidenses gastaban en ocio, tan só 2 ían destinados á compra de entradas para eventos deportivos. Aínda así, estes mantíñanse por baratos e por ser moi fáciles de comprender para o gran público. Era neste punto onde radicaba o negocio e onde o xornalismo deportivo xogaba un papel esencial.

- **Disfuncións:**

- a) Promover o enfrontamento y a violencia¹¹⁷.
- b) Fomentar o deporte-espectáculo¹¹⁸.
- c) Propiciar o elitismo.
- d) Politización do deporte.
- e) Mercantilización do deporte.

As funcións que establecen Esteve Ramírez e Fernández del Moral coinciden plenamente co espírito que desprende o *Libro Blanco sobre o Deporte*¹¹⁹, que entende o deporte coma unha actividade de capital importancia para conseguir os obxectivos básicos de solidariedade e prosperidade da Unión Europea. Así, este documento de carácter europeo trata o deporte como vía de solución a importantes cuestións que preocupan á sociedade contemporánea como son as dificultades e trabas que ás veces xorden entre diferentes culturas á hora de comunicarse ou a necesidade de realizar unha práctica deportiva regular e a cotío para previr a obesidade, cobrando maior importancia nos casos nos que esta afecta a individuos con idades cada vez máis novas.

Así, o *Libro Blanco sobre o Deporte* fala da capacidade da actividade deportiva para xerar importantes valores como son o espírito de equipo, a solidariedade, a tolerancia e o xogo limpo. Ao mesmo tempo, neste documento tamén se tratan as disfuncións asociadas ao deporte, como son a mercantilización do ámbito influída polas fortes presións comerciais que soporta, a politización e a presenza de racismo provocado polo belicismo que envolve os feitos deportivos.

¹¹⁷ En certa medida, debido ao uso abusivo da linguaxe belicista propia da especialidade deportiva.

¹¹⁸ Cfr. Moragas, 2007.

¹¹⁹ Presentado pola *Comisión das Comunidades Europeas* o 11/07/2007 en Bruselas. <http://ec.europa.eu/sport/whitepaper/wp_on_sport_es.pdf> [Consulta: 10 de xaneiro de 2008].

4.3.3. A necesidade da Información Xornalística Especializada en Deporte e do xornalista deportivo

Ata o de agora vimos como as áreas de coñecemento se dividiron¹²⁰ para dar cabida aos intereses das audiencias -que tamén experimentaron unha atomización marcada polas súas necesidades particulares-. En resposta a esta nova situación naceron áreas do saber específicas para cada parcela da realidade cognoscible e como consecuencia disto, e para acadar un nivel de rigorosidade máximo, o xornalismo e os seus profesionais adaptaron as súas prácticas e rutinas a un novo marco no que desenvolven a súa labor: o das áreas de especialización do coñecemento.

É neste momento no que o papel do xornalista especializado toma valor como mediador entre unha realidade fragmentada e con múltiples interconexións entre as áreas do saber. Cobra importancia no seu papel de nodo de conexión, de “mediador que objetiva la realidad y ‘administra’ el saber socialmente compartido, cuya principal cualidad es saber divulgar aquellos temas de carácter científico-técnico y cultural cuyo conocimiento es potencialmente relevante para el conjunto de la sociedad ‘aquí y ahora’” (Muñoz-Torres, 1997: 36). O xornalista especializado será o encargado de darlle sentido á realidade, dende unha perspectiva multidisciplinar, interdisciplinar e multicausal¹²¹, satisfacendo as necesidades das audiencias especializadas e especialistas nos temas que son do seu interese.

Atendido ás preferencias das audiencias, veremos como a área de especialización de deportes é unha das que máis interese xera na audiencia e unha das máis seguidas en calquera medio –prensa impresa, radio, televisión ou Internet-, por iso pode deducirse que é unha das que encabeza

¹²⁰ Vid. punto 3.2.

¹²¹ Vid. punto 3.2.3.

a especialización temática, de contidos e de audiencias e un dos ámbitos nos que os profesionais da información adquiren un maior grao de especialización con respecto á súa área de coñecemento.

Por todo o exposto ata o momento, dedúcese a importancia capital da Información Xornalística Especializada para o conxunto da sociedade e, por analogía, a importancia da Información Xornalística Especializada en Deporte para a gran audiencia que centra o seu interés nesta parcela da realidade ou área do coñecemento. Así mesmo, o xornalista especializado en deporte imponse coma unha figura relevante¹²² polo se papel de mediador entre unha área de especialización cun gran número de interrelacións establecidas con outros ámbitos da realidade e a audiencia.

4.3.4. A linguaxe da información deportiva

Aínda que nesta tese de doutoramento non realizamos un estudo da linguaxe deportiva en profundidade, gustaríanos non deixar pasar a ocasión de referenciar, a modo de elemento contextualizador, as características da linguaxe que se emprega na transmisión da información deportiva.

A comunicación deportiva ten desenvolto, nas últimas décadas unha caste de linguaxe propia, cunhas características que dan fe da súa especificidade fronte á linguaxe que se emprega noutros ámbitos discursivos que reflicten a realidade social. Porén, esta especificidade e que se trate dunha linguaxe especializada, non interfere en ningún momento coa súa alta capacidade de comunicar a un público xeral pouco especializado.

Isto dáse grazas á capacidade da comunicación deportiva para traballar en termos de naturalidade e tecnicismo de xeito eficaz e á xeralización do uso

¹²² Vid punto 4.4.

social de termos específicos que empregan de xeito habitual profesionais do deporte ou da información deportiva. Segundo Antonio Alcoba (1987: 16), “el deporte ha creado un lenguaje propio enraizado en las temáticas de la sociedad moderna, y así cumplir una labor comunicativa sin precedentes, al ofrecer un idioma común a toda la humanidad, con el consiguiente proceso de acercamiento de los pueblos y permitir establecer nexos de unión entre los seres humanos y sus naciones”.

Un dos primeiros en tentar definir as características da linguaxe deportiva foi Giacomo Devoto que considerou que esta contaba con tres marcas de identidade claras (Devoto, 1972: 164):

- Presenza de tecnicismos.
- Empregar un plano fantástico-emotivo para situar as diferentes fases da acción do feito deportivo.
- Correspondencia á mentalidade agonística do xogo do equipo para acadar o obxectivo proposto.

Dende que Devoto nomeara estas tres características, moito ten evolucionado a linguaxe deportiva que é case tan, ou máis, esquiva có propio termo “deporte” –como vimos no punto 4.3.1.2.- á hora de poder definila. Como di Jesús Castañón¹²³ (2002: 85), a comunicación deportiva ten evolucionado tanto no último século que na actualidade conta cunha esencia poliédrica que vai dende o ámbito cultural ata o tecnolóxico pasando histórico e o político. Nese contexto, o deporte e a seu vehículo, a comunicación deportiva, viron como esta linguaxe propia se acabou por incorporar aos dicionarios e pasou a ser obxecto de estudo para os

¹²³ Autor de referencia nos estudos relativos á linguaxe deportiva como se pode observar na súa dilatada obra, moita da cal está recollida na súa páxina web. Está disponible en: <http://www.idiomaydeporte.com/> Relevancia importante, ao noso modo de ver, teñen os textos que recolleemos na bibliografía baixo os epígrafes deste autor: Castañón (1993, 1994, 2002, 2005b, 2006).

científicos debido á grande influencia que ten noutras áreas lingüísticas (García Molina, 2011).

Segundo cita José Luis Rojas Torrijos (2011: 36 e ss.) a comunicación deportiva ten, a modo de dobre cara, fortalezas de debilidades que radican na súa linguaxe. Por unha banda, como fortalezas podemos enumerar:

- **Universalidade:** neste senso, ten que ver coa capacidade da linguaxe que constitúe a información deportiva para transcender a outros ámbitos da realidade e servir de vehículo de expresión neses novos contextos. Tal e como recolle Paniagua (2003:16), este préstamo non se dá de xeito unidireccional senón que a linguaxe deportiva tamén é porosa e establece esta relación de cesión de expresións e termos de xeito recíproco, botando man de linguaxes propias doutros ámbitos cando o precisa para expresar unha determinada idea.
- **Desenvolvemento dunha linguaxe propia:** como enumera Rojas Torrijos (2011: 38), entre as características propias e definatorias da linguaxe deportiva pódense computar o alto grao de especialización, o seu afán innovador para crear novas palabras ou expresións, un alto nivel de retoricismo, uso de metáforas, etc.

Neste apartado, cabe destacar que esa linguaxe propia da que nos fala Rojas Torrijos está marcada por:

- *Linguaxe técnica:* propia de cada unha das modalidades deportivas que se practica, con termos concretos que designan accións ou feitos que, de xeito inapelable, pertencen a esa determinada práctica deportiva. Como ben dixemos con anterioridade, en moitos casos –sobre todo naquelas modalidades deportivas que chegan a un maior número de individuos polo seu recoñecemento social- estes termos específicos pasan a ser empregados noutros

contextos sociais xeralizándose, o que posibilita que a linguaxe deportiva sexa, por un lado especializada e, polo outro, que chegue a públicos moi amplos. Foi Fernando Lázaro Carreter (1998) o que moitas veces, nos seus textos xornalísticos e libros, dixo aquilo de que o xornalismo deportivo era o único cunha linguaxe técnica que, ademais, estaba enormemente difundida.

- *Neoloxismos*: esta características da linguaxe deportiva ten que ver coa liberdade coa que se emprega na busca de novas formas de contar os feitos deportivos de xeito orixinal co obxectivo de chamar a atención do público. Neste senso, como recolle Jesús Castañón (2002: 28) “ha conformado una estrategia de ilusión en la que cada disciplina deportiva ha aportado al idioma nuevas palabras para designar sus acciones y emociones”. A linguaxe deportiva crea novas palabras, expresións e significados a través da incorporación de referencias terminolóxicas e semánticas ao seu discurso que, en moitos casos, cargan de certa subxectividade a mensaxe (Guerrero Salazar, 2004: 1493-1506).
- *Préstamos léxicos*: ben sexa con carácter permanente ou de xeito ocasional, a linguaxe deportiva colle termos doutros ámbitos ou unha disciplina bota man de expresións propias doutra co obxectivo de enriquecer o seu discurso. Este feito dáse máis, obviamente, naquelas disciplinas que están máis presentes nos medios de comunicación, reclaman máis atención das audiencias e, polo tanto producen unha cantidade maior de pezas informativas.
- *Métáforas e linguaxe figurada*: neste senso, Guerrero Salazar (2007: 227) afirma que a metáfora acada as cotas de eficacia máis altas dentro de linguaxes especializados como pode ser o deportivo “ya que uno de los rasgos que caracterizan a las jergas es

precisamente los sentidos propios que generan en un intento de diferenciarse de la lengua común”.

- *Xogos de palabras*: esta característica da linguaxe deportiva ten que ver co aspecto relativo ao entretemento que manexa a comunicación deportiva. Non só se trata de información, senón tamén de entretemento. O obxectivo, ao igual ca no uso de metáforas ou linguaxe figurada é captar a atención da audiencia.

Seguindo o discurso que ofrece Rojas Torrijos (2011: 56) imos ver agora as debilidades máis importantes que se lle poden asignar á comunicación deportiva referentes á súa linguaxe e desenvolver cada punto tal e como consideramos que debe ser entendido:

- **Conflitos idiomáticos**: neste senso, a linguaxe deportiva, de maneira xeral pode dicirse que ten erros gramaticais comúns – como pode ser a supresión de artigos, a mala puntuación ou a confusión entre verbos transitivos e intransitivos-, comete impropiedades léxicas –relativos á “confusión semántica entre dos vocablos que resultan afines en la creencia popular por lo extendido de su uso, pero que en realidad distan mucho cuando se comparan sus definiciones” (Rojas Torrijos, 2011: 61)-, emprega tópicos con moita frecuencia, abusa do uso de estranxeirismos, usa de xeito abundante formas coloquiais e vulgarismos e abusa do uso de siglas.
- **Espectacularización da información**: neste senso, na busca da chamada de atención á audiencia, o espectáculo prima moitas veces en detrimento da información. Así, a linguaxe deportiva cae moitas veces no sensacionalismo para chegar a captar lectores. Tamén se dá, neste punto, unha “futbolización” (Rojas Torrijos, 2011: 77) da información deportiva. O feito de que unha alta

porcentaxe da información deportiva que se publica teña como tema central o fútbol provoca que o resto da información e da linguaxe xire en torno a esta modalidade deportiva.

Por último, neste apartado, hai que destacar como debilidade o uso de criterios mercantilistas e non noticiosos para a configuración da axenda informativa relativa ao contexto deportivo, o que, sen ningunha dúbida, inflúe de xeito negativo no uso da linguaxe deportiva.

- **Incitación á violencia:** moitas veces, a comunicación da información deportiva faise en base á captación da atención da audiencia valéndose do morbo, da confrontación e da exhibición de imaxes violentas ou discursos ateigados de referencias belicistas. Neste senso, tamén Joaquín Marín Montín (2001) recoñece que a linguaxe deportiva está ateigada de expresións propias da linguaxe militar.

Tamén Ignacio Ramonet falou no seu momento deste carácter guerreiro que adquire a linguaxe deportiva ao narrar os feitos noticiosos.

“Cada enfrentamiento tiene toda la apariencia de una guerra ritual, con una gran utilización de emblemas nacionales (himnos, banderas, presencia de jefes de Estado), y el recurso a métodos guerreros: términos como atacar, disparar, defender, conquista, capitán, territorio, táctica o victoria” (Ramonet, 1999: 133).

- **Sexismo informativo:** a invisibilidade da muller na información deportiva é un feito. As modalidades femininas de calquera especialidade deportiva son obxecto dunha menor atención en canto á visibilización do feito deportivo en si e dos seus actores. A isto contribúe, de xeito relevante, a transmisión de roles

tradicionais da man da dicotomía home/muller que se fai en moitas ocasións na comunicación da información deportiva.

Recentemente, a Fundéu BBVA reuniu a un grupo de expertos en San Millán de la Cogolla co gallo de reflexionar sobre a linguaxe e o xornalismo deportivo. Nas conclusións do encontro, fálase dun claro sexismo informativo pois o deporte feminino aparece moito menos nos medios de comunicación –como exemplo, por cada 24 horas de información sobre deporte masculino, tan só se emiten 44 minutos de información sobre deporte feminino- e cando o fai o seu tratamento é “moi distorsionado, contribuyendo a asentar prejuicios y estereotipos”.

- **Confusión entre información e opinión:** neste caso, a relación que establece o xornalista coas fontes, a carga emocional que leva na maioría das ocasións o discurso destas, así como a necesidade de facerlle chegar esta emotividade ao lector para conseguir a súa atención fai que se mesturen información e opinión na comunicación deportiva. Chega, en moitos casos, a darse o que se coñece como a hibridación dos xéneros xornalísticos na información deportiva, feito que complica a decodificación, por arte da audiencia, da mensaxe e das cargas de opinión que esta poida levar implícitas. Autores coma Bezunarte, Hoyo e Martínez (1998) chegan a dicir que “en deportes, la neutralidad, la aspiración de objetividad periodística pierde sentido y también la clara separación que en cualquier otra sección existe entre hechos y opiniones. Las informaciones de deportes son decididamente ‘partidarias’, sobre todo cuando se trata de defender los colores locales. Es un valor convenido.

Unha vez referenciadas marcas de identidade desa linguaxe deportiva definida por Rojas Torrijos a través da súa caracterización consideramos

oportuno pararnos nun texto de Néstor Hernández Alonso (2003) onde retrata a linguaxe deportiva a través de tres prismas que a diferencian como son: léxico argótico, léxico técnico-especializado e léxico trasladado. Aportaremos algunhas reflexións a cada un deses elementos caracterizadores nomeados por Hernández Alonso.

Por unha banda, o léxico dentro do argot. Segundo a Real Academia Española, un argot é, na súa segunda definición¹²⁴ “la lengua especial de un grupo en el cual se une cierto tecnicismo, algo pintoresco, un léxico propio y cierto cripticismo bien entendido, unido a algo de convencionalismo, de juego, de diversión entre los miembros del grupo”. Segundo Hernández Alonso (2003: 58), “este lenguaje no es especialmente preciso, pero sí está lleno de colorido, de ironía y de gran subjetivismo”. Cada deporte desenvolve o seu léxico ou argot. A máis popularización e socialización masiva da modalidade deportiva, maior evolución, dinamismo e enriquecemento do argot.

Por outra banda, contamos coa caracterización da linguaxe deportiva coma léxico técnico-especializado. Debemos entender que cada especialidade deportiva ten un carácter técnico. Cada modalidade desenvolve un léxico técnico propio especializado que tende á denotación e monosemia en detrimento da sinonimia e a connotación.

Por último, para rematar coa caracterización feita por Hernández Alonso, debemos entender a linguaxe deportiva coma un elemento vivo, dinámico, onde se empregan procedementos coma o traslado, polo que palabras empregadas de forma habitual en campos alleos ao deporte se introducen no ámbito deportivo. A linguaxe deportiva, como vimos, é moi rica en termos e moi dinámica e viva á hora de crear novas palabras para designar as

¹²⁴ A primieira é “jerga, jerigonza”.

realidades cambiantes que constitúen o seu ámbito. Deste xeito, “se ha ido generando una serie de expresiones y vocablos que con el tiempo se han ido multiplicando y expandido formando un idioma particular de la actividad deportiva. Incluso el lenguaje creado por el deporte para definir sus múltiples modalidades y especialidades es tan rico que se han llegado a crear hasta diccionarios para conocer sus significados¹²⁵” (Marín Montín, 2001).

Para pechar o bosquexo da linguaxe deportiva como elemento vehicular do discurso narrativo da comunicación no ámbito do deporte, é preciso referenciar as abondosas e magníficas achegas que fai nesta área Susana Guerrero Salazar (2002, 2003, 2004, 2005, 2006a, 2006b) e, sobre todo, no que á sintaxe desta linguaxe se refire.

Guerrero Salazar, ao longo dos seus textos, argumenta o excesivo gusto da linguaxe deportiva por figuras narrativas coma a elipse ou a xustaposición así como pola enumeración. Tamén detecta o uso de expresións arcaicas coa intención de aportarlle un carácter culto ao discurso. Outras das marcas sintácticas que Guerrero Salazar identifica na linguaxe deportiva son: uso de perífrases, tendencia á repetición na busca dunha maior fixación do discurso e, por último, unha consideración elevada do estilo nominal, facendo do nome propio o eixo central e prescindindo de artigos e verbos en moitos casos.

Así, como vimos nesta epígrafe, queda definida a linguaxe que emprega a comunicación deportiva para trasladar mensaxes ás audiencias. Debemos ter en conta que, ademais das características que o definen, inflúe nel o contexto no que se produce o discurso narrativo xornalístico sobre o deporte. Este está marcado pola inmediatez traída ao ámbito comunicativo polas novas tecnoloxías e pola necesidade de captar a atención dunha

¹²⁵ Joaquín Marín Montín (2001) referencia o *Diccionario de los Deportes* (Karga, 1958) pero existen outros coma o do profesor Jesús Castañón, *Diccionario Terminológico del Deporte* (2004) ou o *Diccionario Temático de los Deportes* de Morales e Guzmán (2006), citado por Alicia Naranjo de Arcos (2011: 103).

audiencia sobresaturada de información á que accede de xeito ubicuo e case ilimitado.

“[...]nuestro siglo se caracteriza por una clara primacía de la cultura audiovisual y el uso generalizado de las nuevas tecnologías. Consecuencia de ello es que se acortan las distancias y el tiempo en producción, transmisión, recepción y consumo de mensajes. Para adaptarse a estas nuevas condiciones, se busca un registro expresivo, válido para cualquier medio, caracterizado por la univocidad de conceptos, la transformación de las técnicas de escritura y una valoración interpretativa de los acontecimientos realizada con la ayuda de recursos no lingüísticos” (Castañón, 2006: 3).

4.3.5. Os xéneros xornalísticos da información deportiva

Hernández Alonso (2003) considera que, por norma xeral, os xéneros que se empregan no xornalismo deportivo son os mesmos có que se usan noutras áreas informativas, existindo a posibilidade de que algúns deles se desenvolvan dun xeito máis intenso. Coincidimos con este autor nesta liña de pensamento. Por tanto, consideramos que o xornalismo especializado en deporte emprega os mesmos xéneros có xornalismo especializado en política, poñamos por caso. A grande diferenza é ata que punto de evolución levan cada xénero segundo se trate dunha ou outra especialización temática e se adapte ás características do feito relatado.

Seguindo a Josep María Casasús e Luis Núñez Ladeveze (1991: 87), entendemos que a definición dos xéneros xornalísticos vén dada pola converxencia de dous elementos: por unha banda os modelos estruturais, cun carácter estilístico determinado que definen os textos xornalísticos e que compoñen a cobertura obxectiva dos xéneros xornalísticos; por outra banda, a clasificación temática que se fai da información que os textos xornalísticos conteñen, de carácter subxectivo.

“[...] la dimensión objetiva de los géneros conduce hacia la apreciación de modelos estructurales y estilísticos cuyos conjuntos prototípicos reciben diversas denominaciones (noticia o información, crónica o reportaje, artículo, editorial, crítica, etc.). Por su parte, la dimensión subjetiva se vertebra y clasifica según su contenido temático (político, económico, mundano, científico, deportivo, etc.)” (Casasús e Núñez Ladeveze, 1991: 88).

Así, temos unha clasificación na que a combinación dos dous planos, o obxectivo e o subxectivo dan, como resultado, os xéneros nos que se acomoda a transmisión da realidade do deporte ás audiencias tal como a crónica deportiva. Tal e como resume Fermín Galindo Arranz (2000: 42), tomando como punto de partida a análise de Jose María Casasús, unha teoría

contemporánea dos xéneros xornalísticos debe contar con catro caras ben definidas na súa caracterización primaria:

- Entender a teoría dos xéneros coma a pegada crítica e analítica do exercicio da práctica xornalística.
- Proceder a unha estruturación dicotómica do sistema de xéneros partindo do obxectivo-subxectivo, por unha banda, e do formal-temático, pola outra.
- Encadrar a clasificación de xéneros segundo os grandes grupos clásicos: informativos, interpretativos, argumentativos e instrumentais. Neste caso débense contemplar, de xeito obrigatorio, as hibridacións. Como contempla Antonio López Hidalgo, a interpretación é unha técnica aplicable aos distintos xéneros o que provoca, dun xeito constante, unha hibridación. López Hidalgo aporta unha visión na que contempla a existencia de xéneros informativos –divididos, á súa vez, en informativos, informativos-interpretativos ou informativos de creación: noticia, crónica, reportaxe, informe e entrevista-, xéneros para a análise e a

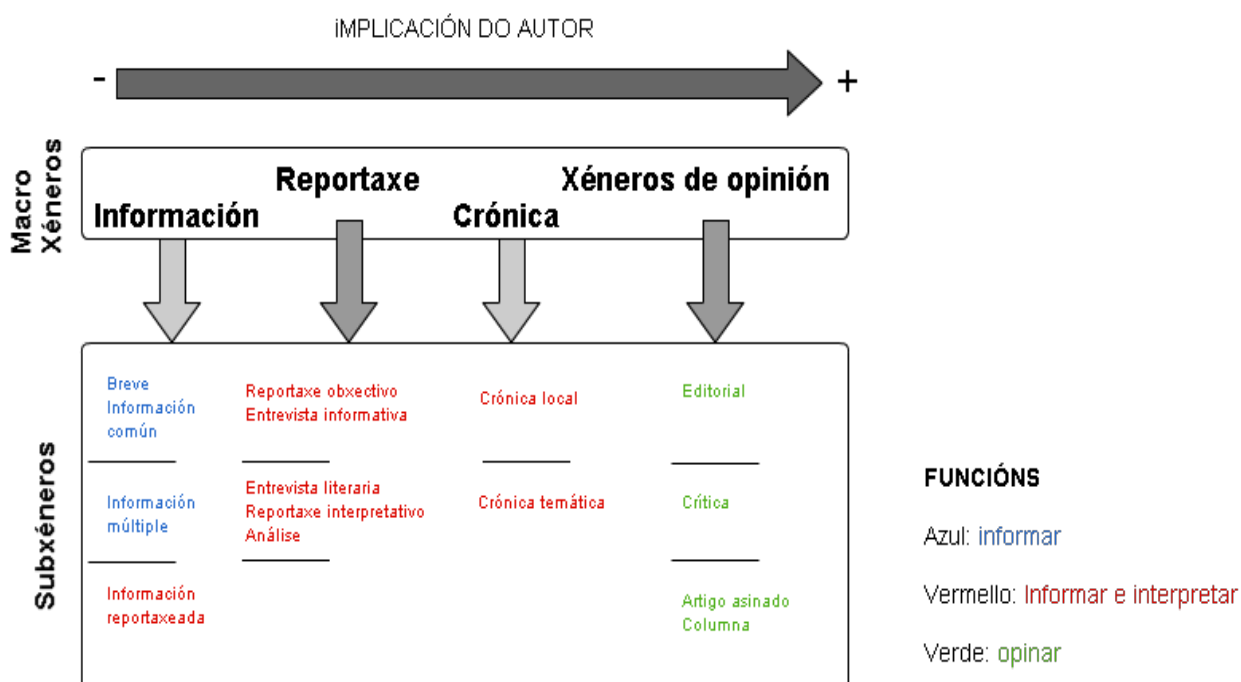
opinión –á primeira subdivisión pertencen a análise e o perfil e á segund o artigo, o editorial, o comentario, o ensaio, a crítica, a columna, o solto e a necrolóxica- e xéneros para a información útil –característicos da información de servizo- (López Hidalgo, 2005: 83-90) .

- Concibir a teoría dos xéneros xornalísticos coma unha ferramenta profesional que permita unha labor pedagóxica na aprendizaxe do exercicio profesional.

Neste punto, imos bosquejar a proposta de clasificación dos xéneros xornalísticos realizada por Sonia Fernández Parrat na que baseándose nas análises e propostas previas de estudosos coma José Luis Martínez Albertos, Lorenzo Gomis ¹²⁶ ou Josep María Casasús, identifica como valores clasificatorios identificativos dos textos xornalístcos a función que cumpren –baixo o seu criterio só poden ser dúas, informar ou opinar- e a implicación do autor (2008: 108-110). A proposta de Fernández Parrat queda resumida no seguinte cadro:

¹²⁶ Para a elaboración deste capítulo da tese de doutoramento e chegar a un entendemento máximo do asunto relativo á teoría dos xéneros xornalísticos detivémonos, especialmente, na edición de 2008 da *Teoría de los géneros periodísticos* de Lorenzo Gomis.

CLASIFICACIÓN DOS XÉNEROS XORNALÍSTICOS



Gráfica 3. Clasificación dos xéneros xornalísticos. Elaboración propia a partir do cadro que aparece en Fernández Parrat (2008: 110).

Para a análise de contido que realizamos no marco desta tese de doutoramento fixemos unha selección previa de xéneros xornalísticos. Isto foi posible grazas a unha revisión previa do material de estudo –unidades de análise ou textos publicados-, que nos permitiu distinguir aqueles que son empregados no exercicio do xornalismo especializado no ámbito deportivo do baloncesto. A revisión das diferentes teorías dos xéneros xornalísticos, así como a clasificación elaborada por Sonia Fernández Parrat mencionada fóronnos de grande axuda nesta labor. A relación de xéneros contemplados pódese ver na 5.2.3.1., onde se explica a ferramenta empregada para o baleirado de contido e as variables que contempla.

4.4. O XORNALISTA DEPORTIVO

Nos comezos, os profesionais da comunicación que tiñan por encomenda transmitir a información deportiva eran persoas afeccionadas ao deporte, aínda carecendo de calquera formación no ámbito do xornalismo (Esteve, F. e Fernández, J.: 1999). A temática deportiva era desprezada e considerábase contido recheo que non precisaba un profesional do xornalismo para ocuparse de transmitir esa realidade á audiencia e, porén, á sociedade.

O éxito da información deportiva foi incrementándose e nos anos 80' esta parcela da información experimentou un crecemento exponencial na taxa de interese que espertaba nos lectores dos xornais. Foi este, sen dúbida, o momento no que se comezou a considerar necesaria a formación de xornalistas no ámbito do deporte para que supliran todas aquelas carencias relacionadas co tratamento xornalístico multidisciplinar dunha información de carácter tan poliédrico como é a deportiva que amosaban os que ata ese momento se encargaban de comunicar o deporte ao público -na súa meirande parte afeccionados ao deporte con certas dotes para a escritura, escritores profesionais ou mesmo deportistas, tanto en activo coma retirados-.

Como vimos no capítulo anterior desta tese de doutoramento, a especialización non xorde de maneira espontánea, senón que se trata dun valor que se foi afianzando durante máis dun século para chegar a un dos seus puntos álxidos no ámbito da información deportiva. A da información de temática deportiva estableceuse coma unha parcela con temas propios, contidos diferenciados, linguaxes, estilos e estruturas narrativas dos xéneros xornalísticos particulares, idea que recolle Paniagua (Paniagua, 2003).

4.4.1. A *Association Internationale de la Presse Sportive* –AIPS-

Neste camiño emprendido polo profesional transmisor da información deportiva na dirección da especialización na temática é tremendamente relevante o nacemento, no ano 1924, do organismo que, sen dúbida, máis ten feito pola consolidación da prensa deportiva e do xornalista deportivo dentro da rede mediática a nivel mundial, a denominada *Association Internationale de la Presse Sportive* –AIPS-¹²⁷.

¹²⁷ O xermolo da AIPS agromara na VII Edición dos Xogos Olímpicos celebrados na cidade de Amberes, en Bélxica. Para esa ocasión, moitos medios de comunicación dun gran número de países enviaron a xornalistas especializados en deporte para cubrir a información xerada por tal

Durante a celebración dos Xogos Olímpicos de 1924 en París, Frantz Reichel -xefe de prensa da VIII edición dos Xogos Olímpicos- e o nadador e espadachín belga Víctor Boin promoveron unha reunión entre os xornalistas que acudiran á cita olímpica na capital francesa para informar sobre o acontecemento. Nesa primeira reunión -celebrada o día 22 de xullo con representantes de Francia, Bélxica, Suecia, Italia, Polonia, Hungría, Alemaña e Austria- naceu a Asociación Internacional da Prensa Deportiva, da que Reichel e Boin serían o seu primeiro presidente e vicepresidente, respectivamente, e elaboráronse os seus primeiros estatutos .



Imaxe 8. Participantes do congreso fundacional da AIPS no ring do Sporting Club of France -París, 1924-. Fonte: International Sport Press Association.

A creación deste colectivo, constituído naquel momento co obxectivo de estruturar un grupo que estaba a medrar de maneira exponencial como era o dos xornalistas especializados en deporte, tivo unha gran acollida a nivel mundial e foi medrando conforme foron pasando os anos¹²⁸ ata chegar a contar con case 150 asociacións nacionais no ano 2010.

acontecemento. Xurdiu, entón, unha necesidade de asociación para facer fronte común na defensa dos seus dereitos, da súa figura e da valía da información por eles elaborada.

¹²⁸ Así, creáronse diferentes seccións continentais: Federación de Periodistas Deportivos de América (FEPEDA, 1968), a Union Des Journalistes Sportif Africains (UJSA, 1970), a Union Europeenne De La Presse Sportive (UEPS, 1977) e a Asian Sports Press Union (ASPU, 1978). Cada unha destas seccións englobaba a todas as asociacións e colectivos da prensa deportiva dos países situados nesas áreas de influencia.

Tal e como recolle nos seus estatutos¹²⁹, os obxectivos da Asociación Internacional da Prensa Deportiva son:

- Reunir baixo os seus auspicios ás Asociacións Nacionais dos xornalistas deportivos profesionais.
- Promover e axudar na creación de Asociacións Nacionais de xornalistas deportivos naqueles países nos que as devanditas asociacións aínda non existen.
- Recoñecer e manter a autoridade e autonomía das súas asociacións membro.
- Promover vínculos máis estreitos entre as súas asociacións membro e as organizacións deportivas.
- Coordinar e protexer os intereses éticos e profesionais dos seus membros e das asociacións que a compoñen.
- Desenvolver o espírito deportivo e a solidariedade entre os xornalistas deportivos de todo o mundo así como transmitir os ideais do xogo limpo no xornalismo deportivo e na cobertura dos eventos deportivos.
- Colaborar coas organizacións que teñen como obxectivo a promoción do deporte a escala mundial e promover a calidade nas condicións de traballo dos medios deportivos profesionais.

¹²⁹ Poden ser consultados na súa páxina web, no seguinte enderezo: http://www.aipsmedia.com/index.php?page=statutes.htm&sw_menu=2&sw_smenu=1.

- Recoller, recompilar e difundir información a e entre os seus membros e transmitir ao resto das organizacións os seus puntos de vista e decisións.
- Establecer, manter, publicar e distribuír as súas publicacións oficiais.
- Asistir ás organizacións deportivas constituídas en Comisións mixtas de medios de comunicación e a todas as entidades deportivas organizadoras, ofrecéndolles a posibilidade de consultar aos seus expertos e recibir o seu asesoramento sobre a creación do mellor servizo de comunicación posible.

Estes obxectivos son, sen dúbida, premisas esenciais que se deben dar para que o xornalista deportivo poida desenvolver o seu traballo dun xeito óptimo e o resultado do mesmo sexa un xornalismo de calidade. Gianni Merlo, presidente da AIPS dende o ano 2005, aposta polo profesionalismo no ámbito do xornalismo deportivo para asegurar que a información deportiva sexa elaborada por xornalistas, cunha demostrada e demostrable capacidade para o tratamento da información dende o rigor; para a xestión, selección e uso das fontes; para o tratamento multidisciplinar e interdisciplinar que require hoxe en día a información deportiva e, en definitiva, para comunicar unha realidade tan complexa como é a do ámbito do deporte de xeito que o resultado sexa un produto informativo de calidade que satisfaga as necesidades informativas do lector/oínte/telespectador/usuario.

4.4.2. As características do xornalista deportivo

As características e funcións do xornalista deportivo no marco da Sociedade da Información teñen máis que ver coa súa condición de profesional da comunicación ca co ámbito de actuación concreto, neste caso o deportivo.

O xornalista deportivo debe ser quen de seleccionar feitos trascendentes e analizar se son trascendentes para a comunidade á que se dirixe; debe ser quen de narralos, describilos, construír un relato tendo como máximas a veracidade e precisión que debe caracterizar a toda información xornalística. Ademais, debe ser quen de interpretar os feitos, sacar conclusións e chegar a avaliar e facer proxeccións dende un punto de vista analítico sobre determinados acontecementos relacionados coa temática deportiva. Toda esta labor conta cunha meta clara: comunicar a realidade do ámbito deportivo de xeito eficaz e obxectivo tendo en conta sempre o medio para o que traballa, o público ao que se dirixe e as condicións humanas e profesionais dos protagonistas das información.

Como se non fose dabondo con todo isto, o xornalista deportivo debe realizar todas as tarefas mencionadas con anterioridade de xeito rápido e preciso nun contexto informativo cambiante e aqueixado dunha característica relativamente recente como é a da vertixe informativa. Da man das novas tecnoloxías suprimíronse as barreiras xeográficas e temporais e a inmediatez gaña moitas veces a partida ao rigor e corrección á hora de elaborar contidos nos medios de comunicación.

Neste contexto de globalización, ao xornalista deportivo xa non só se lle vai esixir que conte cun coñecemento profundo da realidade local, aquela que tradicionalmente afectaba ás súas audiencias, senón que debe contar cun profundo coñecemento do ámbito deportivo ou modalidade concreta a nivel global xa que para os lectores non existen xa as fronteiras xeográficas nin

temporais que afecten aos seus intereses con respecto a determinado deporte, deportista, modalidade ou calquera outro actor ou elemento que interveña na realidade deportiva diaria. No contexto comunicativo actual o concepto de proximidade xeográfica e temporal quedou nun segundo plano como causa do uso xeralizado das tecnoloxías da comunicación e información.

Neste punto, faise necesaria unha recompilación daquelas características que sexan propias do xornalista deportivo, aspectos que o diferencien do resto de profesionais dun medio de comunicación e que o habilitan e lexitiman diante de calquera outro xornalista non especializado en deporte para producir unha información especializada de calidade no ámbito deportivo.

Neste senso, o xornalista deportivo debe cumprir con todas aquelas características atribuídas ao xornalista especializado, que lle permitan tratar a información dende unha perspectiva interdisciplinar, tendo en conta todas e cada unha das relacións que se establecen entre os distintos ámbitos da realidade nos que a sociedade se desenvolve e os propios do deporte.

Esteve e Fernández del Moral (Esteve e Fernández del Moral, 1999) estableceron hai xa máis de dez anos cinco rasgos básicos que todo xornalista especializado en deporte debe cumprir para ser quen de elaborar unha información sobre deporte de calidade. A continuación recollemos unha versión anotada do pentálogo que Esteve e Fernández del Moral desenvolveron a finais do século pasado:

- **Coñecementos sobre lexislación xeral e regulamentación deportiva.** É de vital importancia para o xornalista especializado en deporte coñecer aquelas leis que afectan ao ámbito deportivo en

particular e tamén ás que está sometida a práctica deportiva en xeral (que afectan a outros espazos e actividades sociais). O deporte é un ámbito onde cada modalidade ten normas específicas, criterios particulares aos que as distintas leis afectan de xeito característico. O xornalista deportivo debe ser quen poder trasladar a complexidade derivada da interacción do deportista e dos clubs coas leis de xeito claro e sinxelo.

- **Independencia e serenidade na construción do discurso xornalístico sobre o deporte.** Independencia e serenidade son características esixibles a calquera xornalista que desenvolva o seu traballo nun medio de comunicación. Porén, no ámbito da información deportiva convértese en valores nos que o xornalista debe poñer especial énfase á hora de desenvolver o seu traballo diario.

O xornalista, ao igual que o propio medio como identidade colectiva, sofre unha dependencia invisible que debe xestionar de xeito que non interfira no seu traballo diario: a dependencia do público. Os receptores das mensaxes tenden a buscar nos medios e comunicación unha información ou liña de pensamento que reflicta a súa propia percepción da realidade para afirmala como válida. De ningún xeito, o xornalista deportivo debe delegar a toma de decisións ao respecto de que contidos entran ou non entran na axenda do medio de comunicación na audiencia, na súa orientación ou intereses.

Neste senso, xa Núñez Ladeveze (1979: 125) describira a finais dos anos 80' a necesidade de que o xornalista protexa con esmero a independencia dos feitos, sendo estes os que marquen o límite das súas obrigas para co público. O xornalista non debe esquecer a

tendencia do seu público, o seu posicionamento ante determinados aspectos da realidade coñecida, pero tampouco debe dobregar o seu profesionalismo ante tal visión.

- **Experto en documentación.** Inmaculada Chacón Gutiérrez e Antonio García Giménez (Chacón Gutiérrez e García Giménez, 2001: 34) vólense dos postulados de Montserrat Quesada (Quesada, 1995: 44-52) para asegurar que as necesidades documentais de cada xornalista van depender, en gran medida, das características do medio para o que traballe –ben sexa prensa, radio, televisión, gabinetes de comunicación, medios dixitais...- e da modalidade de xornalismo que desenvolva no seu día a día na profesión –xeralista, especializado ou de investigación-. Pero en calquera dos casos, o denominador común é a necesidade de datos verificables e contrastables, que aportarán maior credibilidade aos contidos que elabore á par que permitirá unha mellor comprensión da información ao lector grazas a unha boa contextualización dos feitos noticiosos. O xornalista deportivo debe manexarse ben na busca de información e estatísticas para elaborar as súas noticias e, tamén, para descubrir feitos noticiosos agochados detrás de datos numéricos.

Os eventos deportivos teñen unha gran capacidade para xerar datos, estatísticas e información numérica que o xornalista deportivo debe ser quen de atopar, xestionar e transformar en información útil para o público. Neste senso é moi importante que o profesional que traballa na elaboración de información deportiva conte con coñecemento das máis importantes fontes estatísticas relativas a cada especialidade deportiva e sexa quen de traballar con elas, por iso se fai tan importante a formación dos xornalistas neste aspecto, no traballo con bases de datos.

Son, de novo, Chacón Gutiérrez e García Giménez os que formulan as causas sobre as que se asenta o aumento no uso das técnicas e ferramentas documentais en todos os ámbitos do xornalismo e a comunicación, pero especialmente no xornalismo deportivo (Chacón Gutiérrez e García Giménez, 2001: 46):

- 1) O uso de fontes documentais tradúcese nun aumento da competitividade fronte a outros medios de comunicación.
- 2) As características e facilidades técnicas de internet facilitan un maior aproveitamento do compoñente documental.
- 3) A pretendida equiparación da información deportiva fronte a outros aspectos da realidade social como poden ser o económico ou o político.
- 4) O aumento da información dos medios xornalísticos dedicados ás noticias relacionadas coa actividade física.

Inmaculada Chacón e Antonio García consideran que os xornalistas deportivos deben asentar o seu traballo dun xeito máis específico no uso das fontes documentais para conseguir contidos ben estruturados, fundamentados, contrastables e verificables que eleven ao máximo a eficiencia do proceso comunicativo para coa audiencia facilitándolle a comprensión dos produtos xornalísticos e facendo sentir ao lector que está ante unha información certa, rigorosa e fiable. Porén, Chacón e García observan como a tendencia no ámbito do xornalismo deportivo á hora de elaborar informacións e fundamentalas informativamente está máis enfocada a cultivar e manter unha “rede consistente de relacións persoais –derivadas das rutinas produtivas típicas do sector”, feito do que se deduce o

predominio dunha “información informal, que, por outra parte, é dificilmente estruturable” (Chacón Gutiérrez e García Giménez, 2001: 47).

É imprescindible para o xornalista deportivo poder buscar en bases de datos, saber xestionalas e empregar eses datos para cruzalos con outros e identificar tendencias ou feitos noticiosos mediante técnicas propias do xornalismo de precisión. É importante que o xornalista estea capacitado para a “busca, tratamento e análise rigoroso ou tecnicamente válido dos datos” así coma que teña “a máxima competencia profesional na área de especialización xornalística ou ámbito temático correspondente” (Galindo Arranz, 2002).

- **Afección polo deporte.** O xornalista deportivo, para realizar o seu traballo dun xeito óptimo debe ter un gusto elevado polo deporte, por diferentes modalidades deportivas e por todo aquilo que compón o contexto das actividades deportivas. Sen dúbida, que o xornalista sexa afeccionado ao deporte contribuirá a que as súas noticias, as súas crónicas, as súas reportaxes e os seus artigos de opinión entusiasmen ás audiencias pola carga de paixón que imprimirá nas súas palabras pero, en maior medida, polo coñecemento sobre a materia que demostrará e que fará que o lector se sinta ben informado.

Esta é unha arma de dobre cara xa que o xornalista deportivo tampouco debe deixarse levar polos seus gustos particulares nin por unha paixón desmedida que transforme os seus textos en alt falantes do seu sentir deportivo. Debe empregar a paixón polo deporte ou por determinada especialidade deportiva para converterse en experto, coñecer información, datos e tendencias, relacións entre os actores que protagonizan os feitos, etc., pero non debe entenderse o

apaixoamento coma un factor que empurre ao profesional a ser parcial na construción do discurso informativo en favor dos seus gustos ou intereses. Debemos entender que, neste caso, o xornalista deportivo debe facer un gran esforzo por separar a súa labor como profesional da comunicación das súas orixes no ámbito do deporte xa que os gustos por determinadas modalidades deportivas ou clubs que compiten nas mesmas soen nacer en idades mozas por asimilación cos gustos e paixóns dos adultos cos que vive os primeiros anos da súa vida –na maioría dos casos os pais, tíos, primos e amigos-.

- **Práctica do deporte.** Non é algo indispensable para que un xornalista especializado sexa quen de elaborar información especializada de calidade sobre deporte pero si é recomendable que o profesional que comunica este tipo de información teña experiencia na práctica dalgún deporte para entender mellor as sensacións e emocións que viven os deportistas e poder trasladar o conxunto dun xeito atractivo aos lectores. Este último punto do pentálogo establecido por Esteve e Fernández del moral vai da man co anterior, a afección polo deporte. Non hai dúbida de que o gusto por unha determinada práctica deportiva ou polo deporte en xeral levan a calquera persoa á súa práctica nun momento ou outro da súa vida. O gusto pola especialización deportiva poucas veces nace dunha posición contemplativa do deporte, senón que conleva unha actitude proactiva.

Polo visto, o perfil do xornalista especializado ideal sería aquel que tivera un coñecemento amplo de lexislación e regulamentación deportiva, independente e obxectivo, coñecedor das fontes documentais e afeccionado ao deporte e deportista. Porén, como apunta Paniagua (2003), existen uns límites na especialización xa que é importante que o xornalista especializado

en deporte non caia na imposibilidade de traballar fóra da súa superespecialización¹³⁰ -que non sexa quen de informar sobre unha área deportiva que non sexa a súa ,no caso de traballar para un medio deportivo- ou especialización -que sexa incapaz de cubrir acontecementos doutra sección, no caso de que se trate dun xornalista da sección de deportes que traballa para un medio de información xeralista-¹³¹.

¹³⁰ Recordemos os perigos vistos cando falabamos da barbarie do especialismo no punto 3.2.2.

¹³¹ Paniagua advirte dos perigos de levar a especialización ata límites que impliquen unha caracterización negativa da labor do xornalista debido a tres factores: a dificultade de comprensión para as audiencias dunha información elaborada dende unha perspectiva hiperespecializada, a dificultade de que o medio atope unha audiencia disposta a consumir información cun nivel tan elevado de especialización e, por último, a dificultade de relación con outras áreas da actualidade para o propio informador (Paniagua, 2003).

5. A INVESTIGACIÓN

5.1. A XÉNESE DA INVESTIGACIÓN

Esta tese de doutoramento que leva por título *A información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación españois* está constituída, na súa base, por unha pretensión de xerar coñecemento sobre o seguinte problema: a construción do discurso sobre a información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación en España. Entendemos que este proxecto se enmarca na área das Ciencias Sociais, e máis concretamente dentro das Ciencias da Comunicación, polo que a pretensión inicial de xerar coñecemento se estende transversalmente aos diferentes ámbitos da Sociedade e da Comunicación.

A nosa investigación sitúase na área de especialización xornalística do deporte e, dentro desta, na sub área do baloncesto, ámbito pouco estudado academicamente no sector da comunicación e, ao noso entender, esencial para lograr un coñecemento totalizador dos mecanismos de funcionamento da Sociedade do Coñecemento e dos diferentes sectores e intereses que acolle no seu seo debido á gran importancia que hoxe en día se lle concede á información deportiva, tal e como demostran as cifras de consumo de medios.

“La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser reclamada por la sociedad, y el periodismo deportivo, aupado (enaltecido) por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia” (Alcoba, 1993: 22).

Vexamos algúns datos que corroboran esta tendencia ao predominio da temática deportiva como impulsora do consumo de medios de comunicación impresos en España. Para o ano 2011, a Oficina de Justificación de la Difusión –OJD- proporcionou os seguintes datos:

INFORMACIÓN XERAL	TIPO DE DIFUSIÓN	PERIODICIDADE	PROMEDIO TIRADA	PROMEDIO DIFUSIÓN
EL PAÍS	Pago	Diaria	461.788	365.117
MARCA	Pago	Diaria	356.573	244.456
EL MUNDO	Pago	Diaria	344.581	252.770
AS	Pago	Diaria	284.363	198.758
LA VANGUARDIA	Pago	Diaria	227.764	190.033
EL PERIÓDICO	Pago	Diaria	152.881	119.374
MUNDO DEPORTIVO	Pago	Diaria	148.770	95.907
SPORT	Pago	Diaria	146.542	91.753
LA RAZÓN	Pago	Diaria	145.820	103.789

Táboa 5. Datos dos nove diarios impresos nacionais de información xeral de maior tirada e difusión.

Fonte: elaboración propia con datos da OJD para o período xaneiro/dembro de 2011.

Se atendemos aos datos que manexa a OJD atopámonos cun mercado español da prensa diaria impresa dominado por un medio xeralista como é *El País*, que conta coa maior tirada. Se nos fixamos na segunda posición vemos como xa aparece un xornal de temática deportiva, *Marca*. No cuarto posto podemos atopar o *AS* e *El Mundo Deportivo* e *Sport* tamén se sitúan entre os nove medios impresos nacionais de maior tirada.

Se no referente á tirada e difusión vemos como os xornais de temática deportiva se sitúan nos máis altos postos da clasificación, máis revelador é o listado proporcionado polo Estudio General de Medios –coñecido como EGM- que achega os seguintes datos:

MEDIO	LECTORES/DÍA
MARCA	2.960.000
EL PAÍS	1.915.000
AS	1.470.000
EL MUNDO	1.234.000
LA VANGUARDIA	849.000
EL PERIÓDICO	731.000
EL MUNDO DEPORTIVO	719.000
SPORT	710.000
ABC	660.000
LA VOZ DE GALICIA	623.000

Táboa 6. Datos dos dez diarios impresos nacionais cun maior número de lectores. Fonte: elaboración propia con datos do EGM para o período febreiro/novembro de 2011.

O dominio da clasificación de lectores diarios por parte da prensa de temática deportiva é patente co primeiro posto de *Marca* pero vese apoiado polo terceiro posto de *AS* e a presenza dun total de catro xornais deportivos entre os dez máis lidos en España.

5.1.1. O obxecto de estudo

Neste contexto, e desbotando a posibilidade e centrarnos na prensa especializada deportiva¹³², pretendemos estudar a información deportiva sobre baloncesto nun contexto onde compite en importancia co resto das modalidades deportivas –de maneira concreta- e coa totalidade da información xeral –no contexto do medio como produto informativo-. Unha vez definido o ámbito dos medios de comunicación de carácter xeralista como o noso ámbito de traballo, definimos o noso obxecto de estudo primario: a construción do discurso das informacións sobre baloncesto que os medios de comunicación xeralistas impresos diarios de España fan na actualidade.

A elección desta subárea dentro da macroárea da especialización deportiva responde á necesidade de aportar luz á construción discursiva que os medios de comunicación aplican para este caso, xa que é un campo no que non se investigou dende unha perspectiva académica ata o momento, polo que cremos necesario emprender esta labor. Na primeira década do século XXI a información sobre baloncesto viu como a súa relevancia aumentaba xa que se lle concedeu cada vez máis espazo nos medios de comunicación españois.

Baixo o noso punto de vista, entre outros elementos, foron tres as razóns fundamentais que constituíron o inicio e posterior mantemento da dinámica

¹³² Non pretendemos realizar un estudo da información difundida a través dos medios especializados en deporte senón que pretendemos dar unha visión máis ampla do problema que dá pé a esta investigación e estudar a información deportiva sobre baloncesto no contexto xeralista, onde compite con outras temáticas en importancia e onde as técnicas xornalísticas e os métodos, así coma o resultado final, non deberían estar tan suxeitos ás características específicas e propias da prensa temática deportiva.

que levou ao deporte do aro a formar parte da axenda dos medios de comunicación de xeito máis relevante:

- a) **A migración de xogadores españois á liga norteamericana de baloncesto**, a NBA. Esta competición está considerada o campionato con máis nivel baloncestístico do planeta. Debemos, neste senso, ter e conta que esta liga norteamericana está organizada e desenvólvese tendo en conta as necesidades informativas dos medios de comunicación dándolle prioridade á relación entre os xogadores, por exemplo, e os medios de comunicación sobre o tempo de descanso dos primeiros. Pódese observar unha clara aposta polo fortalecemento da relación entre os xogadores, equipos e a propia organización cos medios de comunicación no feito de que entenden este deporte coma un negocio no que “os medios son a mellor maneira de chegar aos afeccionados non só de Estados Unidos, senón de todo o mundo; por que non van entrar os xornalistas nos vestiarios para coñecer de xeito inmediato as reaccións dos xogadores despois dun partido para trasladárllelas aos amantes deste deporte? É parte do negocio e os medios son canalizadores deste”, como afirma David Stern¹³³ cando é preguntado polo que algúns consideran como excesivo protagonismo ¹³⁴ dos medios de comunicación no funcionamento da NBA. A internacionalización e a espectacularización das carreiras dos xogadores españois provocadas pola súa migración á NBA provocou que os medios de comunicación en España concederan, dende comezos do século actual, un maior espazo

¹³³ David J. Stern é o Comisionado –cargo equivalente ao de director- da NBA dende o 1 de febreiro de 1984. Dende a chegada de Stern ao temón da liga profesional de baloncesto norteamericana, esta converteuse nunha das organizacións máis estudadas e imitadas polas medidas que adopta nos campos do marketing e a publicidade así coma na introdución de innovacións relativas á incorporación das tecnoloxías dixitais destinadas a fortalecer e ampliar os termos da súa relación cos medios de comunicación e afeccionados ao deporte do baloncesto de todo o mundo.

¹³⁴ Por feitos como o dereito que os medios de comunicación teñen a entrar aos vestiarios dos equipos antes e despois dos partidos ou a potestade que ten a televisión para, incluso, chegar a pedir un tempo morto no partido para introducir anuncios publicitarios na retransmisión.

informativo ao seguimento e reflexo da súa actividade na mellor liga de baloncesto do mundo.

- b) O segundo dos motivos polos que a información sobre baloncesto está máis presente nas axendas temáticas dos medios de comunicación son, sen dúbida, os **fitos históricos acadados pola selección absoluta masculina e feminina que acumularon éxitos na primeira década do presente século**. Estes éxitos repártense do seguinte xeito:

Ano	Campionato	Selección/Posto
2001	CAMPIONATO DE EUROPA CAMPIONATO DE EUROPA XOGOS MEDITERRÁNEOS	ABSOLUTA MASCULINA: BRONCE ABSOLUTA FEMININA: BRONCE ABSOLUTA MASCULINA: OURO
2002		
2003	CAMPIONATO DE EUROPA CAMPIONATO DE EUROPA	ABSOLUTA MASCULINA: PRATA ABSOLUTA FEMININA: BRONCE
2004		
2005	XOGOS MEDITERRÁNEOS CAMPIONATO DE EUROPA	ABSOLUTA MASCULINA: BRONCE ABSOLUTA FEMININA: BRONCE
2006	CAMPIONATO DO MUNDO	ABSOLUTA MASCULINA: OURO
2007	CAMPIONATO DE EUROPA CAMPIONATO DE EUROPA	ABSOLUTA MASCULINA: PRATA ABSOLUTA FEMININA: PRATA
2008	XOGOS OLÍMPICOS	ABSOLUTA MASCULINA: PRATA
2009	CAMPIONATO DE EUROPA CAMPIONATO DE EUROPA	ABSOLUTA MASCULINA: OURO ABSOLUTA FEMININA: BRONCE
2010	CAMPIONATO DO MUNDO	ABSOLUTA FEMININA: BRONCE
2011	CAMPIONATO DE EUROPA	ABSOLUTA MASCULINA: OURO

Táboa 7. Medallas acadadas polas seleccións absolutas masculina e feminina españolas de baloncesto dende o ano 2000 ata a actualidade en campionatos internacionais. Fonte: elaboración propia.

Debemos ter en conta que as seleccións nacionais españolas de baloncesto non conseguiran con anterioridade grandes vitorias en campionatos europeos, mundiais ou olimpíadas. Por tanto, nestes

primeiros anos do presente século concéntranse a maior parte dos éxitos dos combinados nacionais españois.

En boa medida grazas a este feito, as licencias federativas aumentaron e os Cristiano Ronaldo, Messi, Casillas, Sergio Ramos, Andrés Iniesta, etc. teñen que competir dende entón cos Gasol, Calderón, Rudy, Garbajosa, Ricky Rubio, Navarro, etc. no seu papel de símbolos a imitar¹³⁵ para os afeccionados españois, que ven no baloncesto unha vía de éxito colectivo. Neste senso, logo da victoria da selección española masculina senior de fútbol no Campionato do Mundo de Sudáfrica neste ano 2010 e a anterior victoria no Campionato de Europa de seleccións no ano 2008, o coñecido coma “deporte rei” en España equiparou o seu nivel de éxitos colectivos a nivel de combinados nacionais ao baloncesto pero, ata o momento, era o equipo nacional de baloncesto o que canalizaba as esperanzas e confianza na posibilidade de victorias a nivel internacional do público español afeccionado aos deportes. Vexamos algúns datos relevantes con respecto á práctica do deporte en España.

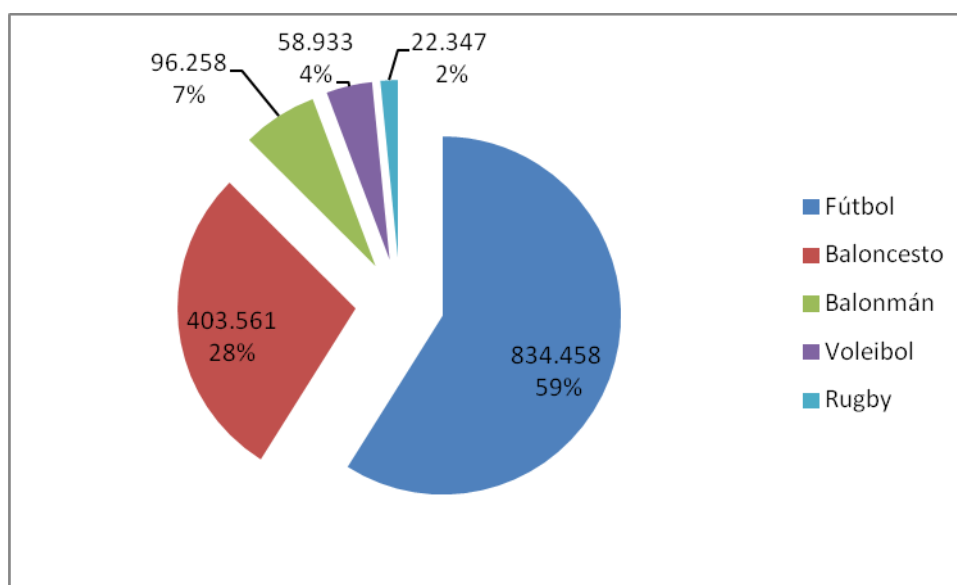
¹³⁵ Segundo datos do Consello Superior de Deportes, o número de licencias deportivas na modalidade de baloncesto viuse incrementada nun 65% no ano 2007 con respecto aos datos que de referencia do ano 2000. <http://www.csd.mec.es/csd/sociedad> [Consulta: 10 de maio de 2008].

	Número total de licenzas	Número de clubs
Fútbol	834,458	19,585
Baloncesto	403,561	4,288
Caza	390,856	5,797
Golf	325,192	596
Montaña/escalada	148,592	1,801
Tenis	109,418	1,226
Judo	108,077	945
Balonman	96,258	812
Karate	71,433	1,405
Ciclismo	59,717	2,8

Táboa 8. Datos dos deportes con máis licenzas federadas e clubs en España no ano 2011.

Fonte: elaboración propia.

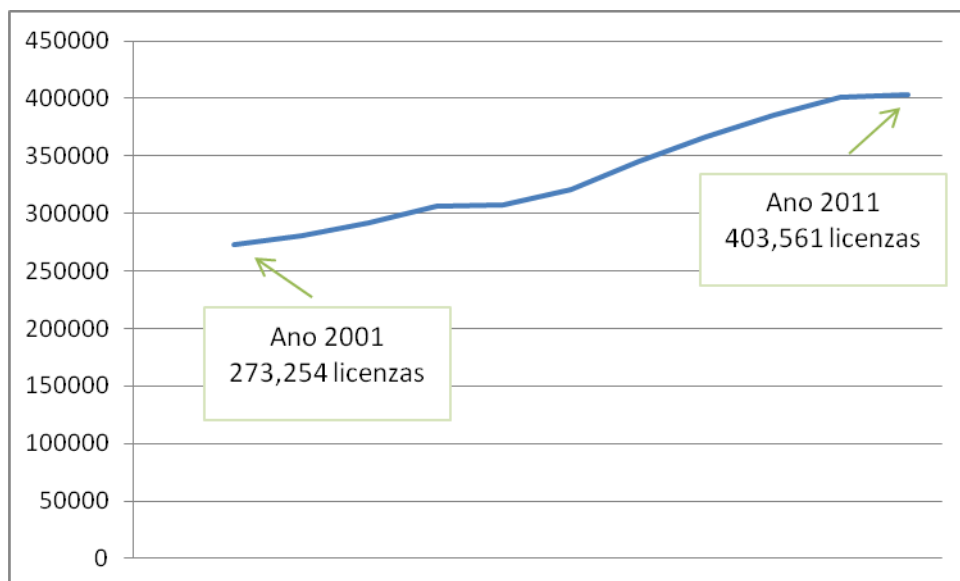
Se observamos a táboa anterior, podemos decatarnos da importancia que ten o baloncesto coma o segundo deporte máis practicado en España por detrás, tan só, do fútbol chegando a case a metade de licenzas individuais cunha quinta parte –aproximadamente- dos clubs que ten o deporte rei en España.



Gráfica 4. Porcentaxe de licenzas que acapan os cinco deportes de equipo cun maior número de practicantes en España. Fonte: elaboración propia.

Ao pararnos nos datos referentes exclusivamente aos deportes de equipo, vemos como o baloncesto se asenta na segunda posición en canto á porcentaxe de licenzas individuais tendo en conta os datos das cinco modalidades deportivas máis practicadas. Con 403.561 queda lonxe das 834.458 do fútbol pero tamén se distancia de xeito moi claro das 96.258 que ten o balonmán na terceira posición.

Se botamos un ollo ao histórico de licenzas individuais en España na modalidade deportiva do baloncesto veremos unha gran evolución nos últimos anos, cunha especial dinamización e aumento na primeira década do século XXI, como queda reflectido na seguinte gráfica. Como podemos ver, pasouse 273.254 licenzas no ano 2001 ás 403.561 do ano 2011.



Gráfica 5. Línea de evolución do número de licenzas individuais para a práctica do baloncesto en España. Fonte: elaboración propia con datos do Consello Superior de Deportes.

Este incremento considerable no número de licenzas deuse no momento de maior éxito do deporte do baloncesto en España. O número de xogadores federados foi incrementándose ao mesmo

tempo que as seleccións nacionais colleitaban éxitos e os clubs conseguían campionatos de Europa. O noso país é, sen dúbida, un lugar onde o éxito está presente en moitas modalidades deportivas a través de deportistas individuais o deportes colectivos. Porén, se observamos os logros de carácter internacional obtidos polos equipos nacionais absolutos¹³⁶ naquelas modalidades colectivas que se poden considerar de maior interese, vemos como no fútbol –o deporte con máis seguidores e máis practicado en España- e no baloncesto –o segundo deporte en nivel de interese por parte da sociedade- os éxitos son moi recentes e escasos, sobre todo no caso do fútbol. Así, podemos dicir que o baloncesto foi o primeiro deporte cun gran nivel de seguimento e participación por parte da sociedade que acadou cotas altas de éxito en competicións internacionais a través dos combinados nacionais absolutos.

- c) A estes dous motivos considerados previamente debemos engadir a **importancia que en todo este proceso teñen as TIC**. Hoxe en día, calquera afeccionado ao baloncesto pode seguir calquera competición en directo en calquera punto do mundo a través de diferentes soportes -ben sexa a través de canles de TV ou por medio de internet, principalmente-. Na Sociedade do Coñecemento¹³⁷ na que vivimos na

¹³⁶ Considéranse equipos nacionais absolutos aqueles que resultan do combinado dos mellores deportistas de nacionalidade española de determinada modalidade deportiva. Así, por exemplo, o combinado español absoluto de baloncesto é aquel que reúne aos que o seleccionador de turno considera os mellores xogadores de baloncesto nun momento determinado.

¹³⁷ Este termo ten as súas orixes na década de 1960, momento no que se analizaron os cambios estruturais na sociedade industrial e se comezou a falar dunha nova sociedade, a post-industrial. Peter Drucker (1959) vaticinou a aparición dunha nova capa social de traballadores do coñecemento e a prevalecencia do coñecemento na sociedade como elemento esencial (Drucker, 1969). A característica esencial deste novo modelo social, segundo Drucker (1994) é que o coñecemento substitúe ao traballo, materias primas e ao capital como fonte de produtividade, crecemento e desigualdades sociais. Tamén é coñecido, neste aspecto, o traballo de D. Bell (1991) que define unha sociedade que vive unha transición entre a economía elaboradora de produtos a unha economía de servizos onde a cualificación técnica dos profesionais é o valor engadido esencial do traballador.

O concepto de “Sociedade do Coñecemento” fai referencia a trocos nas áreas tecnolóxicas e económicas que manteñen unha relación máis ou menos intensa coas TIC en diversos ámbitos: educación e formación, organización -en termos de xestión do coñecemento- e traballo -relativo

actualidade, as novas tecnoloxías para a información e a comunicación cobran un protagonismo esencial. Non só para poder seguir os encontros en directo, senón para facer un seguimento e análise dos xogadores, clubs, histórico de partidos disputados, etc. grazas ás bases de datos ás que se pode acceder en Internet de balde que

tamén ao coñecemento-. Este concepto, por ser tan amplo, debe afrontarse dende unha perspectiva propia do escepticismo, como aconsella Heidenreich. Este mesmo autor (Heidenreich, 2003) distingue catro elementos ou rasgos característicos da Sociedade do Coñecemento que a definen fronte ao resto dos conceptos:

- 1- O termo “Sociedade do Coñecemento” fai referencia á importancia das TIC e ao seu emprego nos procesos económicos.
- 2- Este conecpo de “Sociedade do Coñecemento” destaca aquelas fórmulas innovadoras de producir coñecemento, xa que este é considerado un dos principais factores de crecemento conxuntamente co capital e co traballo. Son importantes nesta conceptualización dos cambios vividos na sociedade aqueles servizos e produtos baseados no coñecemento.
- 3- Os procesos formativos e educativos pasan a ocupar un lugar esencial na escala de preocupacións sociais, tanto nun estadio inicial da vida coma en forma de reciclaxe profesional ao longo da carreira profesional.
- 4- Destácanse os servizos que teñen como eixo fundamental o coñecemento e a comunicación.

O concepto “Sociedade do Coñecemento” rexurdiu con forza na década de 1990 en ámbitos coma a política ou as ciencias sociais (Reich 1992, Drucker 1994, Lundvall e Johnson 1994, OECD 1996, Krohn 1997, Knorr-Cetina 1998, Willke 1998 e Weingart 2001). Como é de esperar, este concepto non é o único que tenta ser o que recolla o proceso de cambio que vive a sociedade. Así, podemos dicir que compite con termos como “Sociedade da Información” -que establece na base tecnolóxica a maquinaria impulsora do novo modelo de sociedade e caracterizadora do cambio social con respecto á sociedade industrial- ou “Sociedade Rede” -termo promovido por Manuel Castells, situado entre os de “Sociedade da Información” e “Sociedade do Coñecemento”; do primeiro afástase recollendo unha diferenciación entre os conceptos de “información” e “informacional”. Do primeiro cabe destacar que o entende como a comunicación do coñecemento e considera “fundamental en todas las sociedades (...)” namentres que do segundo, Castells considera que “indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico” (Castells 1996. Vol. 1. p. 47). Con respecto ao concepto de “Soceidade do Coñecemento” e de xeito similar, tal e como recolle Karsten Krüger (Krüger, 2006), Castells sostén, a través do concepto de “Sociedad en Red” que “la transformación actual de la sociedad indica un cambio de modo de producción social, dada la creciente importancia de la información o del conocimiento para los procesos socio-económicos. Información y conocimiento se convierten en los factores productivos más importantes. Sin embargo, y a pesar de que Castells declara que ni la tecnología determina la sociedad ni la sociedad dicta el curso del cambio tecnológico, el enfoque de la sociedad red parte de la idea de una tecnología hecha e investiga los efectos de la aplicación de los inventos tecnológicos sobre la sociedad. No tiene en cuenta que la tecnología es una construcción social en cuyo desarrollo intervienen múltiples actores y diferentes intereses y tampoco profundiza más en la idiosincrasia del conocimiento y su relevancia para los procesos socio-económicos y los efectos sobre el propio conocimiento cuando se ha convertido en el factor productivo más importante” (Krüger, 2006).

Unha vez establecido, a modo de boceto, o estado da cuestión sobre a conceptualización dos cambios sociais, para este traballo optamos por empregar o termo “Sociedade do Coñecemento”, pois é o que consideramos máis asentado nos diversos ámbitos das ciencias sociais e, polo tanto, conta cunha maior aceptación por parte dos investigadores e académicos.

elaboran as federacións nacionais, a federación internacional, os propios clubs, asociacións de baloncesto e incluso os mesmos afeccionados que realizan unha labor importante de clasificación e ordenación de datos para que poidan ser consultados.

No caso que nos ocupa, e tendo en conta a distancia e os diferentes usos horarios que existen en España e Norteamérica –recordemos que é nese territorio onde se disputan os encontros da NBA e onde, dentro do mesmo país chega a haber ata 4 horas de diferenza entre Nova Iork e Anchorage, en Alaska, por exemplo-, é fundamental o papel da tecnoloxía para que os afeccionados españois poidan manter un contacto coa devandita competición en directo case coma se se xogase en España.

Así, no campo do deporte do baloncesto existe unha nova forma de consumir a información sobre o deporte e incluso de visionar os eventos deportivos baloncestísticos. O afeccionado pode estar vendo un encontro –ben sexa a través de Internet ou a través dunha canle de TV- e ao mesmo tempo consultando nunha base de datos estatísticas en tempo real do partido, datos de cada un dos xogadores e incluso facer cruces complexos de datos e recibir información relativa a combinacións múltiples de casuísticas que o propio espectador considera oportuno analizar conxuntamente. Debemos recordar que o deporte do baloncesto é unha modalidade que conta cunha grande cantidade de aspectos cuantificables que se transforman en estatísticas tanto a nivel individual de cada xogador coma a nivel colectivo ou de equipo. Cada acción do partido convértese en datos que son utilizados para realizar unha valoración obxectiva da calidade do xogo dun deportista en concreto ou do conxunto.

Ademais, e tamén da man das TIC, o baloncesto como deporte e como acontecemento susceptible de converterse en información xornalística tamén se introduciu nas redes sociais, onde os clubs comezan a ter os seus espazos propios e a través das cales os afeccionados constrúen un discurso paralelo ao dos medios de comunicación –ao estilo do que sucede cos comentarios das noticias nos xornais dixitais- que en moitos casos resulta enriquecedor para a construción discursiva propia dos medios de investigación sobre o fenómeno do deporte do baloncesto.

Vemos como as TIC inflúen de xeito decisivo na forma en que os usuarios consumen o deporte do baloncesto e tamén no xeito no que os medios de comunicación establecen a relación cos seus lectores xa que saben que estes tamén teñen acceso a unha grande cantidade de datos e información que poden analizar e contrastar. A revolución diaria que supón a implementación de ferramentas e aplicacións derivadas do uso das TIC nos medios de comunicación crea vínculos coas audiencias, ao tempo que as propias audiencias constrúen os seus propios espazos discursivos que os medios consideran fundamentais

Por estes tres motivos, fundamentalmente, a información deportiva está a cobrar cada día máis importancia nos medios de comunicación españois, polo que se fai necesario abordar o tema dende unha perspectiva científica no ámbito da comunicación para poder chegar a coñecer as súas características definitorias e o seu comportamento como discurso social particular dentro da xeralidade da narración comunicativa dos medios de comunicación.

5.1.1.1. O estado da cuestión

A información deportiva ten sido obxecto de numerosos estudos de carácter académico dende moitas perspectivas (cfr. Ramallal, 2004; Isasi, 2006; Naranjo de Arcos, 2011; Ginesta, 2010), existen manuais ao respecto (cfr. Alcoba, 1980, 1993, 1999 e 2005) e hai institucións e organismos¹³⁸ que traballan no ámbito da comunicación e o deporte de xeito continuado e cun carácter rigoroso e científico. Porén, a maior parte dos textos sobre a información deportiva e a súa presenza nos medios de comunicación teñen que ver co ámbito televisivo e as súas características específicas (cfr. Bourg e Nys, 1994; García et al., 1994; Rivenburgh, 1994; Moragas, 1994).

Así, consideramos que existen poucas iniciativas que traten a información sobre baloncesto como subárea dentro da macroárea¹³⁹ dos deportes. O doutorando tan só ten coñecemento dalgunhas investigacións académicas menores que teñen como obxecto de estudo a comunicación no deporte do baloncesto. Quizais a máis salientable sexa o traballo que deu lugar ao artigo titulado *Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático*, obra do profesor Josep María Blanco (Blanco, 2001). Este traballo estuda as características definitorias das retransmisións televisivas dos partidos de baloncesto co obxectivo de extrapolar as conclusións ás emisións de eventos deportivos en directo e así establecer os motivos e causas polos que as novas tecnoloxías e as aplicacións que aportan si determinan o grao de espectacularidade visual percibido polo espectador, tese que defende o autor.

Existen outras contribucións ao campo do estudo da información sobre baloncesto e nos medios de comunicación, como pode ser a titulada *Identidad y medios de comunicación deportivos en España. El éxito de la*

¹³⁸ Como o Centre d'Estudis Olímpics ou a Cátedra Internacional de Olimpismo.

¹³⁹ Vid. puntos 3.3.3. e 4.2.2.

selección de baloncesto en el Campeonato del Mundo de Japón 2006, obra de Jordi Sopena, Xavier Ginesta e Cristina Pozo. Porén, parece non existir ningunha experiencia de investigación académica que teña como obxecto de estudo a información xornalística sobre baloncesto, as súas características definitorias e o seu modelo comunicativo, motivo polo que cremos necesario este traballo de investigación para botar luz sobre o panorama comunicativo español nesta cuestión.

5.1.2. A selección dos medios de comunicación representativos a estudar

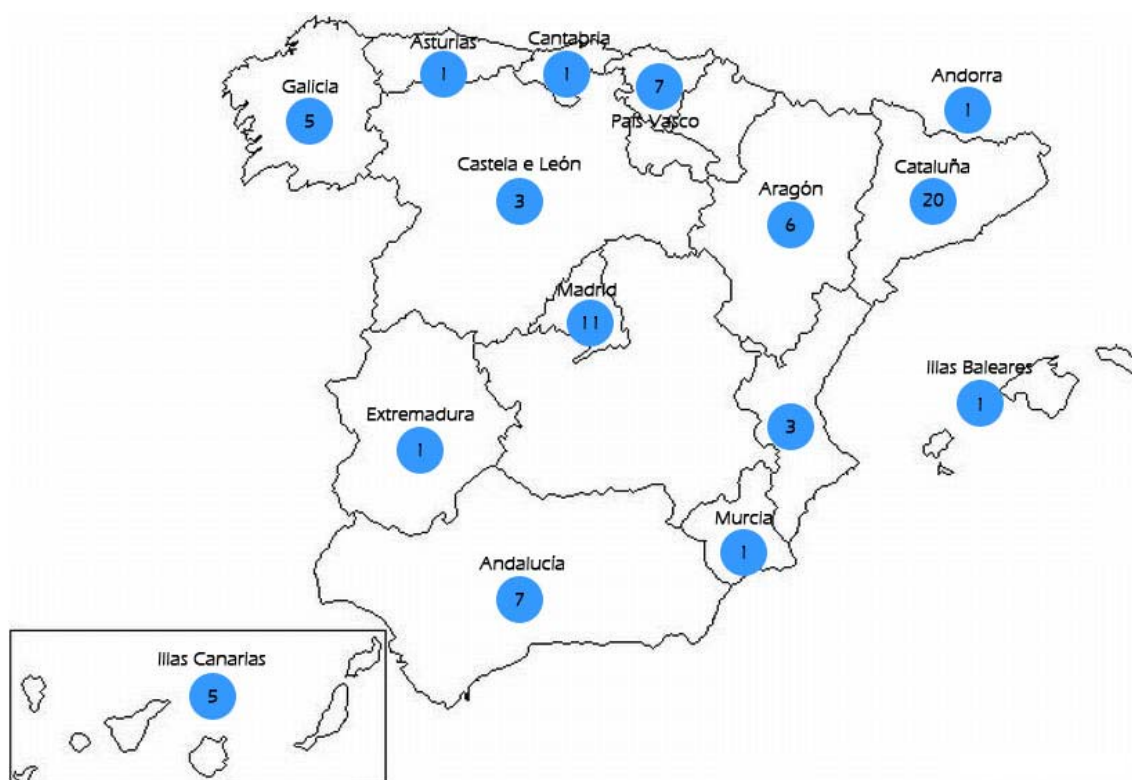
A selección dos medios de comunicación que forman parte da investigación está encamiñada a conseguir unha visión a nivel español da construción do discurso sobre a información deportiva referida ao baloncesto nos xornais xeralistas impresos o máis ampla e equilibrada posible. Os xornais elixidos son: *La Voz de Galicia*, *El Correo*, *La Vanguardia*, *El País* e *Diario Sur*. Por que? Por varios motivos que explicamos a continuación.

- 1) **O ámbito de difusión:** a primeira referencia para delimitar o campo de estudo manexada foi a da área xeográfica de influencia dos medios de comunicación a empregar no traballo de investigación. Así, e tendo en conta que un dos motivos principais polo que o doutorando investiga a comunicación é o de xerar coñecemento sobre o ámbito comunicativo español, decidimos limitar o campo de estudo aos xornais españois, cuxo ámbito principal de distribución e cuxo público se atopa, fundamentalmente¹⁴⁰ dentro do territorio nacional.

Unha vez delimitado o territorio español como zona xeográfica a onde deben pertencer os medios de comunicación que van ser analizados,

¹⁴⁰ Aínda que son distribuídos noutras áreas coma nos territorios insulares ou, na maioría dos casos, nun gran número de países do estranxeiro.

decidimos, botando man do estudo feito previamente para seguir acotando o campo de estudo dende a perspectiva xeográfica. Deste xeito, e grazas ao análise realizado de xeito previo, puidemos comprobar como hai certas Comunidades Autónomas que historicamente concentran un número de clubs de baloncesto máis alto ca outras. Así, conviñemos que os medios de comunicación analizados debían ter a súa sede nesas comunidades autónomas co obxectivo de abarcar un maior número de pezas xornalísticas¹⁴¹ sobre o deporte do baloncesto.



Gráfica 6. Mapa coa distribución por Comunidades Autónomas dos equipos que participaron nalgunha tempada na máxima categoría do baloncesto español dende o ano 1957 ata a actualidade.

Fonte: elaboración propia.

Como podemos observar neste mapa, Cataluña -20-, Madrid -11-, País Vasco -7-, Andalucía -7- e Aragón -6- son as cinco rexións que máis equipos aportaron á máxima categoría do baloncesto español. Porén,

¹⁴¹ Cabe pensar que o deporte do baloncesto terá un maior impacto nos medios de comunicación d a súa cidade, zona ou comunidade autónoma, que lle darán unha maior relevancia pública por ir asoc

no caso de Aragón vemos como a diferenza con Galicia é tan só dun equipo -5 en Galicia polos 6 aragoneses- mentres que o resto de territorios xa queda a máis dun representante de diferenza. Por que cambiamos Aragón por Galicia? A clave, ao final deste apartado.

2) **A tirada e a difusión:** co obxectivo de definir claramente o campo de estudo, optamos por ter en conta nesta investigación a representación acadada polos medios escollidos en canto á súa difusión. Os xa mencionados cinco xornais: *La Voz de Galicia*, *El Correo*, *La Vanguardia*, *El País* e *Diario Sur* son os máis lidos polo público das súas respectivas comunidades autónomas e, polo tanto, consideramos que lexitiman a súa inclusión como xornais a ter en conta no estudo pola aceptación que teñen entre a sociedade española e porque a representan dun xeito, cando menos, cuantitativamente superior a outros medios do panorama comunicativo impreso de España.

No caso que nos ocupa, os medios de comunicación que serán analizados de maneira exhaustiva serán os impresos. Desta circunstancia deriva o feito de que tomemos como referencia os datos da tirada e difusión dos medios de comunicación impresos e non os datos de audiencias das súas versións dixitais. Na seguinte táboa recollemos os datos máis relevantes deste segundo apartado.

Medios impresos con maior tirada das cinco comunidades autónomas escollidas			
Comunidade Autónoma	Andalucía	1º Diario Sur	Tirada 30.050
			Difusión 25.031
		2º Diario de Sevilla	Tirada 22.895
			Difusión 17.641
	Cataluña	1º La Vanguardia	Tirada 227.764
			Difusión 190.033
		2º El Periódico	Tirada 152.881
			Difusión 119.374
	Galicia	1º La Voz de Galicia	Tirada 104.027
			Difusión 91.131
		2º Faro de Vigo	Tirada 42.859
			Difusión 36.816
	Madrid	1º El País	Tirada 461.758
			Difusión 365.117
		2º El Mundo	Tirada 344.581
			Difusión 252.770
	País Vasco	1º El Correo	Tirada 117.282
			Difusión 97.313
		2º Diario Vasco	Tirada 79.948
			Difusión 68.140

Táboa 9. Datos dos medios con maior tirada e difusión das cinco comunidades autónomas contempladas no estudo e xustificadas no anterior punto deste apartado 2.1.2. Fonte: elaboración propia con datos da OJD.

3) **O súa esencia xeralista:** o terceiro motivo polo que consideramos estes medios de comunicación e non outros na investigación é o seu carácter xeralista. Con esta estratexia de investigación pretendemos fuxir do sensacionalismo e espectacularización tralos que se parapetan moitos medios deportivos do noso país. Deste xeito, poderemos observar, entre moitas outras características, a existencia

de ámbalas dúas características, -sensacionalismo e espectacularización da información- no caso do ámbito deportivo nos medios de comunicación impresos de carácter xeralista españois.

Agora ben. Despois de ler a xustificación que realizamos, vemos como esta coxoa no punto primeiro no caso de *La Voz de Galicia*. Podemos pensar que, xa que Aragón tivo 6 representantes na máxima categoría do baloncesto español debería ser un medio aragonés o que formara parte do nosos estudo. Ben, a realidade é que *El Heraldo de Aragón* ten unha difusión moito menor ca *La Voz de Galicia*. A pretensión de primar o máximo posible cada un dos tres aspectos que nos permiten delimitar os medios que serán obxecto de estudo levounos a considerar un agravio menor o feito de que Galicia contara con 5 clubs polos 6 de Aragón mentres que a diferenza entre os 104.027 exemplares da tirada do medio galego superan en case o dobre aos 53.247 do medio aragonés. Deste xeito, buscando un equilibrio entre os tres factores que enumeramos con anterioridade, decidimos que incluír a *La Voz de Galicia* en detrimento de *El Heraldo de Aragón* para que acompañe a *El Correo*, *La Vanguardia*, *El País* e *Diario Sur* como medios a ser analizados. Desta maneira, podemos dicir que co estudo que emprendemos cubrimos a gran maioría do territorio onde está afincado, tradicionalmente, o baloncesto español profesional.

5.1.3. Delimitación temporal do campo de estudo

O campo de estudo da investigación que nos ocupa comprende todas aquelas informacións referidas ao obxecto de estudo presentes nos medios de comunicación seleccionados publicadas entre os días 15 e 28 de febreiro dos anos 2002, 2007 e 2011. Establecemos, deste xeito, un triplo período de análise cun obxectivo claro: mostrar unha evolución comparando tres fases

da información sobre baloncesto nos xornais españois e conseguir, á súa vez, unha imaxe actual da mesma.

Analizando as pezas xornalísticas do ano 2002 conseguiremos unha imaxe representativa da situación da información xornalística sobre baloncesto nos xornais impresos españois a comezos do século XXI. Será o punto de partida que nos permitirá contextualizar e definir a situación de partida para o período global analizado.

O mesmo ocorrerá ao analizar as unidades de análise correspondentes ao ano 2007, obtendo a situación actual da cuestión obxecto de estudo. Hai que ter en conta que entre os dous primeiros períodos de análise dáse un feito moi importante para o deporte en xeral e para o baloncesto español en particular: a Selección Nacional Masculina Senior conquista o Campionato do Mundo en Xapón, o día 3 de setembro de 2006, ao derrotar na final a Grecia por un contundente 70-47. Este feito contribuíu a que o baloncesto gañara adeptos en España e tamén en Galicia, que aumentase o interese das audiencias polo deporte e, polo tanto, que os xornais se plantexasen a necesidade de aumentar os recursos destinados á cobertura desta modalidade deportiva -extremo que se comprobará durante a investigación-. Finalmente, procederemos a analizar novamente o panorama por terceira vez no ano 2011 co obxectivo de comprobar se os posibles cambios que se puideran producir no ano 2007 con respecto ao 2002 se manteñen ou varían e así comprobar a dinámica actual seguida polo tratamento que os medios de comunicación impresos lle aplican á información deportiva sobre baloncesto.

Coa delimitación temporal do campo de estudo adoptada, conséguese un triplo obxectivo: situar a investigación no ámbito da actualidade -2011 é o último ano do período de estudo- por unha banda; facer do traballo de

investigación unha ferramenta para observar o comportamento dos medios de comunicación ante o éxito colectivo no deporte, empregando como baremo a situación do discurso xornalístico sobre o baloncesto existente antes do fito deportivo -febreiro de 2002- e despois -febreiro de 2007 e 2011-; por último, descubrir as claves da situación actual da información sobre baloncesto nos xornais impresos dende un punto de vista outorgado pola análise comparada derivada das análises referidas.

Tamén pretendemos fuxir de situacións ou contextos deportivos relativos ao baloncesto que enmascaren a realidade estudada. Así, tentamos evitar nos períodos de estudo momentos puntuais nos que os medios de comunicación publican un maior número de pezas xornalísticas sobre o deporte do aro por mor da actualidade inherente a certos eventos -Copa do Rei, *play-offs* pola liga, competicións internacionais de grande interese para o público, etc.-, que pola súa publicidade e espectacularidade competitiva poden ser incluídos na axenda deses días dos medios de xeito excepcional.

Desta maneira, tentamos dotar á investigación duns obxectivos poliédricos e que cubran o maior número de perspectivas temporais dende o rigor científico e dende as necesidades metodolóxicas dun traballo de investigación académico.

5.1.4. Os obxectivos da investigación

A meta ou obxectivo principal, cuxa consecución sostén a vontade de inicio e elaboración final deste traballo de investigación, é a necesidade que observamos de analizar a construción do discurso mediático da información

sobre baloncesto na prensa xeralista impresa en España. Existen unha serie de obxectivos secundarios que se derivan do principal. Son os seguintes:

- 1) **Analizar a evolución do tratamento xornalístico que os medios impresos españois lle dispensan á información sobre baloncesto** antes -primeiro período de estudo, na segunda quincena de febreiro do 2002- e despois -segundo e terceiro período de estudo, na primeira quincena de febreiro do 2007 e do 2011) do Mundial de Xapón¹⁴².
- 2) **Conseguir unha imaxe real do estado actual da información sobre baloncesto nos medios impresos españois.**
- 3) **Analizar a atención e relevancia que lle conceden os xornais á información baloncestística** mediante a aplicación e dedicación de recursos humanos¹⁴³.
- 4) **Realizar unha análise da significatividade que os medios de comunicación impresos españois lle outorgan á información sobre baloncesto mediante o estudo do espazo que lle conceden nas súas páxinas** e da presenza ou ausencia desta na portada xeral e na portada da sección *Deportes*.
- 5) **Estudar se a temática na que aparece enmarcada a información sobre baloncesto é sempre deportiva** ou se dan casos nos que as múltiples relacións do ámbito deportivo co político, económico, social, etc. quedan patentes.

¹⁴² Competición que gañou o combinado masculino senior español da modalidade deportiva que estamos a estudar.

¹⁴³ Feito que se pode observar no envío de correspondentes a eventos deportivos determinados ou na utilización de certos xéneros xornalísticos que denotan un trato en profundidade do tema – reportaxe ou crónica-, por exemplo.

- 6) **Estudar os actores e as fontes** que participan na construción do discurso dos medios sobre a información baloncestística.
- 7) Facer unha **comparación obxectiva do tratamento que recibe a información sobre baloncesto segundo o ámbito onde se celebra o evento** –local, autonómico, nacional ou internacional-.

A suma do obxectivo principal e os secundarios dá como resultado unha pretensión de analizar a estratexia discursiva que os medios de comunicación impresos xeralistas españois aplican á construción do discurso xornalístico que ten como referencia temática a información sobre baloncesto e como contexto o ámbito deportivo.

5.1.5. Dos obxectivos ás hipóteses

Enunciadas coa finalidade de ser comprobadas e construídas tomando como base os obxectivos formulados no epígrafe anterior, establecemos as seguintes hipóteses como fío condutor da investigación e, en definitiva, como *leit motiv* do proceso investigador:

- 1) A información sobre baloncesto nos medios xeralistas impresos españois aumentou cuantitativamente logo da conquista do Campionato Mundial en setembro do 2006 por parte da selección absoluta senior.
- 2) Este aumento foi parello, proporcionalmente, ao ritmo de vitorias relevantes en competicións internacionais por parte da selección nacional masculina así como á consolidación da Liga ACB como a

competición de baloncesto máis forte de Europa e, polo tanto, a segunda mellor do mundo trala NBA.

- 3) A calidade da información deportiva sobre baloncesto non experimentou a mesma evolución cuantitativa e cualitativamente. Houbo un incremento na cantidade de información pero non se traballou na mellora da calidade da mesma. A información deportiva sobre baloncesto nos medios impresos xeralistas españois continúa afastada do afondamento nos temas necesario e desexable en toda información especializada.
- 4) A información sobre baloncesto nos medios impresos españois caracterízase pola sobre-espectacularización dos contidos a través do acompañamento gráfico.
- 5) As pezas xornalísticas que tratan o baloncesto como tema principal poucas veces aparecen retratadas en contextos extradeportivos, a pesar das múltiples conexións con outros ámbitos da realidade que o deporte establece.
- 6) A información sobre baloncesto está moitas veces próxima á banalización dos contidos en favor dun tipo de información baseada en datos, estatísticas e escasa interpretación por parte do xornalista e de rápido consumo acrítico por parte do lector.

Estas 6 hipóteses son o punto de partida desta investigación académica que pretende xerar coñecemento sobre a área de especialización do deporte –e máis concretamente sobre a subárea que ten como referente ao baloncesto– para contribuír, de xeito positivo ao estudo da Sociedade do Coñecemento e o Coñecemento e os seus medios de comunicación.

5.2. METODOLOXÍA DA INVESTIGACIÓN

Na investigación que nos propoñemos acometer, empregaremos como sustento metodolóxico o referente da triangulación de métodos e realizaremos un baleirado e unha análise de contidos que nos permitirán estudar en profundidade a información sobre baloncesto nos medios xeralistas impresos españois, cumprir os obxectivos propostos e comprobar as hipóteses de partida establecidas.

5.2.1. Ubicación teórica da investigación: a Teoría da Discursividade Social como marco

En primeiro lugar, convén situar a nosa investigación nun marco teórico que ten como referente a Teoría da Discursividade Social. Esta teoría obsérvase en todo o seu *corpus* en tres teses fundamentais descritas por Antonio Isasi (2006: 33):

- 1) A análise dos discursos sociais, concibidos como entes significantes que se materializan en soportes textuais, posibilita o coñecemento pertinente do proceso de construción da realidade.
- 2) A análise dun discurso social implica ineludiblemente a consideración das condicións específicas impostas pola práctica discursiva que o xera.
- 3) A análise do discurso social é reducible á análise do discurso producido por unha práctica discursiva institucionalizada.

Seguindo o camiño aberto por Isasi, compartimos as liñas que marca cando conclúe que da primeira tese se deriva o feito de poder considerar a calquera fenómeno social coma un proceso de produción de sentido. Que da segunda se deriva unha concepción de discurso coma un conxunto de textos que teñen como referente o mesmo fenómeno social e que son producidos baixo unhas condicións específicas dunha práctica discursiva. E por último, que dende a terceira das teses se pode afirmar unha maior relevancia pública dos discursos institucionalizados, polo que se entende que teñan unha incidencia importante na construción dos referentes significativos da realidade social.

Neste marco teórico, dispoñémonos a estudar a rede de semiose social –significación- tecida polo discurso –elementos textuais con capacidade para dotar de sentido- sobre baloncesto –con este fenómeno social como eixo vertebrador- que elaboran os medios de comunicación impresos galegos de carácter xeralista.

5.2.2. A triangulación ¹⁴⁴ metodolóxica como pedra alicerce da investigación

Historicamente, o ámbito da metodoloxía nas ciencias sociais viuse envolto nunha loita entre os defensores dos paradigmas de carácter cuantitativo e os que entenden como método máis válido para abordar unha investigación os paradigmas de esencia cualitativa. Porén, nos últimos tempos a situación de loita interna derivou nunha proposición de entendemento entre as correntes cuantitvistas e cualitvistas, plasmada en textos (cfr. Brannen, 1992; Cea D’Ancona, 1999; Denzin, 1978; Seale, 1999) que tentan integrar ámbolos dous métodos de xeito que a investigación en si se vexa favorecida pola complementariedade dos métodos cuantitativos e cualitativos.

Esta complementariedade que adiantamos é afirmada por Flick (1998: 230) cando di: “triangulation is less a strategy for validating results and procedures than an alternative to validation [...] which increases scope, depth and consistency in methodological proceedings”.

Deste xeito chegamos ao que se coñece como a triangulación metodolóxica, que supón o maior grao de validez dunha hipótese que, logo de someterse aos tests ou probas de diferentes métodos e superalos, segue a ser válida (cfr. Webb, Campbel, Schartz e Sechrest, 1966; Denzin, 1978). Así, Denzin

¹⁴⁴ O termo “triangulación” foi empregado, nun primeiro momento, no ámbito da navegación marítima co sentido de situar un punto C nas cartas de navegación a partires da observación de dous puntos, A e B.

define a triangulación de métodos coma un “complex process of playin each method off against the other so as to maximize the validity of field efforts” (Denzin, 1978: 304). Aplicando a triangulación metodolóxica redúcese o risco de distorsión do discurso inherente ao emprego dun único método (Maxwell, 1998: 93). Deste xeito, redúcense as ameazas esóxenas e mesmo endóxenas á validez metodolóxica do estudo e trabállase cun certo grao de garantía¹⁴⁵. Este concepto achégase moito á definición que José Ignacio Ruiz Olabuénaga (Ruiz de Olabuénaga, 1999: 109-110) dá da triangulación metodolóxica, xa que a considera un mecanismo básico de control da calidade final do traballo investigador.

Para Udo Kelle (2001), a triangulación de métodos é o procedemento máis adecuado para que o científico que se move no campo das ciencias sociais supere a loita histórica entre os partidarios dos métodos cuantitativos e os seguidores dos cualitativos. Kelle (2001) establece unha triple vía de significación para a triangulación:

- a) **A triangulación como método de validación mutua.** O emprego da triangulación implica a validación mutua dos diferentes métodos cuantitativos e cualitativos aplicados polo científico social para o estudo dun único fenómeno que se dá no campo da realidade cognoscible e dos resultados que se derivan do emprego de cada un dos métodos referenciados.
- b) **A triangulación como método de complementariedade.** A triangulación de métodos é empregada polo investigador social co obxectivo de xerar un coñecemento o máis completo posible do

¹⁴⁵ A garantía de validez metodolóxica que aporta o emprego da triangulación de métodos pode ser converxente –que deriva do acordo entre os distintos métodos de medir o mesmo constructo- ou discriminante –que se asenta na diferenciación entre os resultados cando se emprega o mesmo método para asegurar cualidades hipotéticamente diferentes dos mesmos obxectos-. (Cea D’Ancona, 1999:48).

fenómeno social estudado. Deste xeito, os resultados que se deriven da aplicación dos diferentes métodos –cuantitativos e cualitativos– complementaranse entre si.

- c) **A triangulación na súa concepción trigonométrica orixinal.** Para xerar explicacións sociolóxicas sólidas e firmes sobre o fenómeno social estudado, o científico social debe combinar métodos cuantitativos e cualitativos.

Na investigación que nos ocupa empregamos a triangulación de métodos como referente para conseguir un discurso sobre o obxecto de estudo o máis completo, complexo e rigoroso posible co obxectivo de crear unha base de coñecemento fiable sobre a información que ten como temática referencial o deporte do baloncesto.

5.2.3. O baleirado de contido

Para proceder ao baleirado de contido, que nutrirá a nosa investigación da materia prima necesaria, en primeiro lugar, definiremos as unidades de análise. Na investigación que nos ocupa, **consideraremos unidade de análise todo texto xornalístico publicado en calquera dos medios de comunicación estudados nos períodos temporais delimitados que se poida considerar información relativa á modalidade deportiva do baloncesto derivada da súa consideración temática.**

Unha vez que establecemos o que consideramos unha unidade de investigación, convén explicar que elaboramos unha base de datos que nos permite abordar o tema cun rigor e obxectividade que nos aportan os fríos datos, datos que procederemos a someter a unha análise cualitativa para

poder interpretalos e facer que nos axuden a describir a realidade estudada e os procesos que nela se dan.

O seguinte paso a dar é explicar os campos da base de datos, a súa operacionalización¹⁴⁶ e categorización¹⁴⁷ e os obxectivos que se perseguen coa súa inclusión na ferramenta informática.

5.2.3.1. A ferramenta metodolóxica principal: a base de datos

Como ferramenta básica á hora de organizar o vaciado de contido empregamos unha base de datos de elaboración propia –programada con *Microsoft Access*- que nos permitiu traballar cun método efectivo de recollida de datos e que, ao mesmo tempo, serviu para estruturar os devanditos datos e realizar cruces multivariáveis empregando o programa SPSS -*Statistical Package for the Social Sciences*-. O obxectivo principal deste proceder no noso traballo é o de afondar o máximo posible na realidade cognoscible que escollemos como campo de traballo e, concretamente, na construción do discurso sobre o baloncesto nos medios de comunicación impresos xeralistas españois. Con tal fin aplicóuselle o baleirado de contido a través da base de datos a cada unha das 768 pezas válidas consideradas no estudo. Os campos que procedemos a completar para cada unha das unidades básicas de análise coas que se elaborou este estudo foron os seguintes:

1. Relativos á IDENTIFICACIÓN da unidade básica de análise:

- **ID:** número de unidade de análise.
- **Data:** día no que foi publicado o texto xornalístico.

¹⁴⁶ Wimmer e Dominick (2001: 12) afirman que “una definición operacional especifica los procedimientos que nos permitirán experimentar o medir un concepto”.

¹⁴⁷ Pretendemos determinar os “atributos -valores ou categorías- (Cea D’Ancona, 1999: 126) que poden atribuírse a una variable tida en conta na investigación.

- **Xornal:** recolle os nomes dos cinco medios de comunicación que empregamos para realizar este traballo de investigación. Así, as posibilidades que dá este campo son: *La Voz de Galicia, El País, La Vanguardia, Diario Sur, El Correo*.
- **Xénero:** neste caso establécese unha diferenciación entre o baloncesto *masculino* e o baloncesto *feminino* para saber a cal das modalidades pertence o texto xornalístico.
- **Tema:** fai referencia ao contexto temático da peza xornalística publicada. Establecemos como parámetros de medición válidos dúas opcións: *deportivo* ou *extradeportivo*. O obxectivo é comprobar se os medios analizados recollen as relacións que se establecen entre o ámbito deportivo e o económico, político, social...
- **Ámbito:** este campo da base de datos ten a función de establecer o ámbito da competición ou situación comunicativa á que fai referencia o texto xornalístico e dá a posibilidade de elixir entre ámbito *autonómico/local, nacional* ou *internacional*. O autonómico ou local será cando a competición se enmarque nesa delimitación xeográfica e, nas mesmas condicións se establecen o nacional e o internacional.

2. Relativos á SITUACIÓN/ESPAZO que ocupa cada unidade de análise:

- **Portada xeral:** identifica a preza na portada xeral do xornal, no caso de que esta teña presenza nela.
- **Portada da sección:** identifica a peza na portada interior da sección de deportes, no caso de que esta teña presenza nela.

- **Importancia/Situación na páxina:** este campo da base de datos inclúese co obxectivo de computar a importancia visual dependendo do lugar e o tamaño que ocupan as pezas estudadas nas páxinas dos xornais. Así, podemos ter catro tipoloxías referentes á situación na páxina de cada texto. Por orde decrecente de importancia visual son: *noticia principal*, *noticia secundaria*, *noticia de perspectiva* –aquela que se inclúe coma unha sorte de despece en relación a unha principal ou secundaria- e *breve*.
- **Espazo que ocupa a peza xornalística:** neste caso optamos por tratar con datos indicativos e non con cifras exactas –que poderían ser medidas en módulos e columnas-. Así, decidimos establecer tres categorías¹⁴⁸:
 - *Pezas grandes:* aquelas cuxo corpo textual é maior de 30 módulos.
 - *Pezas medianas:* aquelas cuxo corpo textual vai dende os 6 ata os 29 módulos.
 - *Pezas pequenas:* aquelas cuxo corpo textual vai dende 1 ata 5 módulos.

3. Relativos ao ACOMPAÑAMENTO GRÁFICO da peza xornalística:

- **Acompañamento gráfico:** recolle a existencia dalgún tipo de acompañamento gráfico co que se pode relacionar un texto nas

¹⁴⁸ Partimos da base de que unha páxina completa conta con 50 módulos nunha distribución de 5 columnas por 10 filas.

páxinas dun xornal impreso. As posibilidades consideradas son: *fotografía, infografía, fotografía+infografía*, ou *non existe*.

- **Imaxe en cor:** este campo recolle a posibilidade de que o medio decida publicar a imaxe correspondente ao acoñamento gráfico - ben sexa fotografía, infografía ou ámbalas dúas posibilidades xuntas-en cor. As posibilidades que predeterminamos na base de datos son: *si* ou *non*.
- **Espazo que ocupa o acoñamento gráfico:** número de módulos que ocupan os elementos gráficos que acoñan a cada unidade de análise. Neste caso, ao igual que fixemos á hora de medir o tamaño dos textos estudados, decidimos establecer unha categorización que nos permitise traballar con datos indicativos. Establecemos o seguinte baremo¹⁴⁹:
 - *Acoñamento gráfico grande:* aquel que ocupa máis de 10 módulos.
 - *Acoñamento gráfico mediano:* aquel que ocupa entre 4 e 10 módulos.
 - *Acoñamento gráfico pequeno:* aquel que ocupa entre 1 e 3 módulos.
- **Protagonistas das fotografías:** recolle varias posibilidades co obxectivo de computar a tipoloxía dos protagonistas das fotografías. As opcións que temos en conta son: *público, adestrador, xogador/a*

¹⁴⁹ Partimos da base de que unha páxina completa conta con 50 módulos.

nacional, xogador/a estranxeiro, equipo -nacionais máis estranxeiros/as-, xogo -acción de xogo-, outros.

4. Relativos á INFORMACIÓN TEXTUAL:

- **Autoría:** neste campo da base de datos analizamos a firma da peza xornalística. As posibilidades contempladas son: *identificado, non identificado, redacción, axencias e outros.*
- **Xénero xornalístico:** neste apartado clasifícase a peza xornalística segundo o xénero xornalístico no que se fai pública. Este campo permítenos establecer niveis de afondamento nos feitos por parte do xornalista e tamén ofrece datos indicativos sobre os recursos que os medios dedican a cubrir determinados feitos do ámbito do deporte do baloncesto. De maior a menor grado de afondamento no acontecemento e de maior a menor nivel de recursos humanos que o medio dedica a un feito, establecemos como posibilidades de xénero a *reportaxe, a entrevista, a crónica* –non facemos unha diferenciación entre a crónica previa e a crónica posterior ao feito deportivo porque non consideramos que teña especial relevancia en relación aos nosos obxectivos-, a *noticia, o breve, o cadro estatístico* –identificaremos aqueles que supoñan unha nova por si mesmos e non os que acompañan sempre ás crónicas dos encontros- e *outros xéneros.*

5. Relativos aos ACTORES E FONTES:

- **Protagonistas da noticia:** recolle as posibilidades que contemplamos á hora de computar os protagonistas das noticias. As opcións son: *persoal do equipo -utlleiros, masaxistas, médico-, adestrador, xogador/es, árbitros, directivos dos equipos, directivos da FEB -*

Federación Española de Baloncesto-, *expertos* -nutricionistas, adestradores que colaboran en calidade de expertos, preparadores físicos-, *aficionados*, *outros*.

- **Fonte:** a este nivel existe a posibilidade de que os actores das noticias sexan ou non fonte da mesma peza. Ante esta posibilidade, decidimos incluír esta opción para cada actor, de xeito que se un actor é fonte se poida computar tamén.

6. Relativo a algún tipo de OBSERVACIÓNS das que se queira deixar constancia:

- **Observacións:** campo no que consignar calquera apuntamento a ter en conta.

5.2.4. A análise de contido

Neste traballo de investigación, empregaremos a técnica da análise de contido para achegarnos ao ámbito da realidade cognoscible obxecto de estudo, co obxectivo de xerar coñecemento sobre o mesmo e coa pretensión de traballar cunha metodoloxía que ten como bases a precisión sistemática, cuantitativa e obxectiva. Valéndonos da análise de contidos pretendemos descompoñer o ámbito da realidade escollido como obxecto de estudo para poder trazar as relacións básicas entre os seus elementos e a forma de comportarse destes.

“Una primera forma de investigar en comunicación social consiste en ‘romper el juguete para saber cómo funciona’. Esta operación de exploración de los mecanismos de los mensajes se puede efectuar, de manera bastante eficaz, mediante el análisis de contenido. Se podría

decir, que el análisis de contenido es una técnica de investigación que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos. De este modo, el análisis de contenido se puede utilizar para diseccionar cualquier producto de la comunicación de masas, para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir su funcionamiento y predecir su mecanismo de influencia” (Igartua e Humanes¹⁵⁰).

Á hora de definir a análise de contidos, teremos en conta tres achegas que, segundo o noso punto de vista, destacan por enriba de outras pola súa precisión e achega de elementos característicos. Así, Laurence Bardin (1986: 29) entende a análise de contido como a “operación lóxica por la que se adminte una proposición en virtud de su relación con otras proposiciones admitidas ya como verdaderas”. Tamén hai que destacar a definición que fai Klaus Krippendorff (1990: 28), cando di que “el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”.

Por outra banda, Fred N. Kerlinger (1986: 21) di que a análise de contido é un método de estudo de análise de comunicación que ten un carácter sistemático, que é obxectiva e cuantitativa e que ten por finalidade última medir distintas variables que permitan xerar coñecemento sobre o obxecto de estudo que se investigue. Quizais sexa esta a definición máis estandarizada, xa que aporta tres piares fundamentais arredor dos que xira a concepción teórica da análise de contido: o carácter sistemático, obxectivo e cuantitativo.

a) **Carácter sistemático.** Durante todas as etapas da análise débense seguir procedementos normativizados e normalizados que actúan a

¹⁵⁰ Texto escrito por Juan José Igartua e María Luisa Humanes que se pode atopar na Aula Aberta do *Portal de la Comunicación*, web administrada polo Institut de la Comunicació, da Universitat Autònoma de Barcelona. <http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/6.pdf> [Consulta: 2 de decembro de 2007].

modo de regras aplicadas de xeito constante e persistente. Neste concepto abunda J. J. Sánchez Aranda (Sánchez Aranda, 2005: 213) cando afirma que “el análisis de contenido supone aplicar sistemáticamente unas reglas fijadas previamente [...]”

b) **Carácter obxectivo.** Como di Kerlinger (1986: 22) , que o estudo sexa obxectivo significa que as ideas anteriores do investigador, o seu pensamento e a súa vontade non poden influír de ningún xeito nos resultados finais da investigación. En ningún momento se pode aspirar á total obxectividade, xa que como afirman Wimmer e Dominick (1996), no caso de acadarse un 100% de coincidencia¹⁵¹ entre os investigadores “a fiabilidade do estudo sería dubidosa”.

c) **Carácter cuantitativo.** Este permite “sintetizar los resultados y darlos a conocer con mayor economía” (Wimmer e Dominick, 1996: 305), ao tempo que supón unha ferramenta esencial para o investigador á hora de achegarse á precisión mediante a representación precisa da realidade cognoscitiva estudada.

Nesta tese de doutoramento tomaremos como referencia a análise de contidos pretendendo ser sistemáticos e obxectivos na procura de producir referencias numéricas que describan a realidade analizada, por unha banda, e pola outra unha sorte de estudo cualitativo derivado da lectura dos textos ou unidades de análise consideradas na investigación.

¹⁵¹ A obxectividade óptima dun estudo situaríase nunha coincidencia entre os investigadores situada entre o 75-85%.

6. A ANÁLISE

6.1. DATOS DO ANO 2002

O panorama, no ano 2002, para o baloncesto español tiña dous referentes claros. Por unha banda o nacional e pola outra o internacional xa que Pau Gasol xogaba a súa primeira temporada na NBA. Ademais, o F.C. Barcelona loitaba por volver a conquistar a Euroliga¹⁵² xa que, cun potencial que medraba ano a ano era o único equipo español que por aquel entón estaba en disposición de loitar polo copa de campión europeo cos equipos de Grecia e Italia.

¹⁵² Fito que conseguiría na temporada seguinte, na 2002-2003.

A Liga ACB daquel ano estaba composta polos seguintes 18 equipos:

Posición	Equipo
1	FC Barcelona
2	Unicaja Málaga
3	Real Madrid CF
4	TAU Cerámica
5	Pamesa Valencia
6	Adecco Estudiantes
7	Jabones Pardo Fuenlabrada
8	Caprabo Lleida
9	DKV Joventut
10	Fórum Valladolid CB
11	Casademont Girona
12	Caja San Fernando
13	Leche Río Breogán
14	CB Granada

Posición	Equipo
15	Cáceres CB
16	Canarias Telecom
17	Cantabria Lobos
18	Gijón Baloncesto

Táboa 10. Equipos participantes na Liga ACB 2001-2002 ordenados segundo a súa posición ao final da liga regular.

Dos 18 equipos que compoñían a Liga ACB daquel ano 12 pertencen a comunidades autónomas representadas de maneira xeográfica pola sede dos xornais elixidos na nosa investigación. Deses 12, 4 son cataláns -F.C. Barcelona, Caprabo Lleida, DKV Joventut e Casademont Girona-, 3 andaluces -Unicaja Málaga, Caja San Fernando e C.B. Granada-, 3 madrileños -Real Madrid C.F., Adecco Estudiantes e Jabones Pardo Fuenlabrada-, 1 vasco -TAU Cerámica- e 1 galego - Leche Río Breogán-.

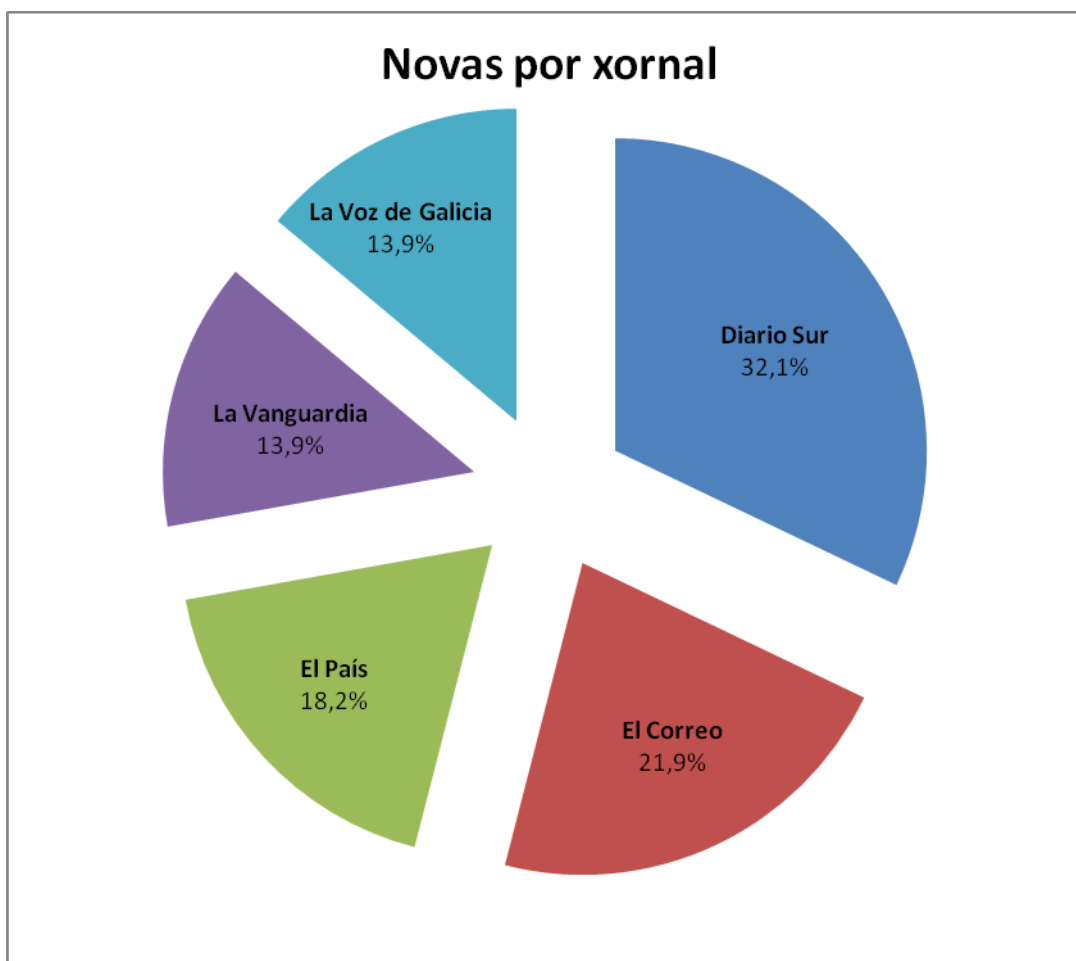
No ámbito internacional Pau Gasol estaba a realizar unha temporada extraordinaria que o levaría a ser considerado o mellor novato do ano na NBA xogando nos Memphis Grizzlies.

Este era o panorama baloncestístico de referencia para os medios de comunicación españois no ano 2002, comezos da primeira década do século XXI e tamén o dous mellores lustros que o baloncesto coñeceu en España ao longo da súa dilatada historia.

6.1.1. Novas publicadas por xornal

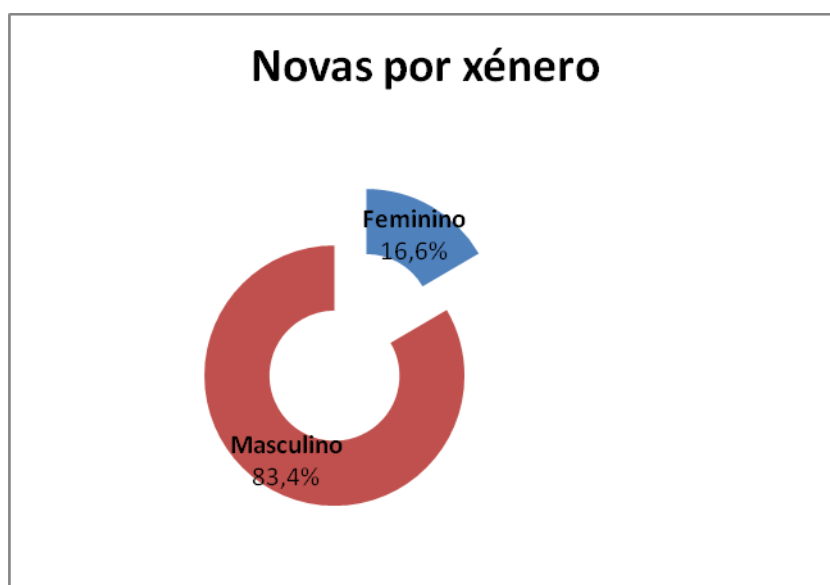
No primeiro período de estudo, entre o día 15 e o 28 do mes de febreiro do ano 2002, recollemos un total de 187 novas publicadas nos medios de comunicación analizados que tiñan como temática principal a modalidade deportiva do baloncesto.

O xornal que publicou un maior número de noticias sobre baloncesto foi o xornal andaluz *Diario Sur* cun total de 60 seguido polo vasco *El Correo* con 41. Pola súa banda, *El País* publicou 34 mentres que *La Vanguardia* e *La Voz de Galicia* quedáronse en 26 informacións incorporadas ás súas páxinas.



Gráfica 7. Porcentaxe de novas publicadas por cada xornal sobre o total de 187 analizadas.

6.1.2. O xénero da modalidade deportiva e o número das novas publicadas



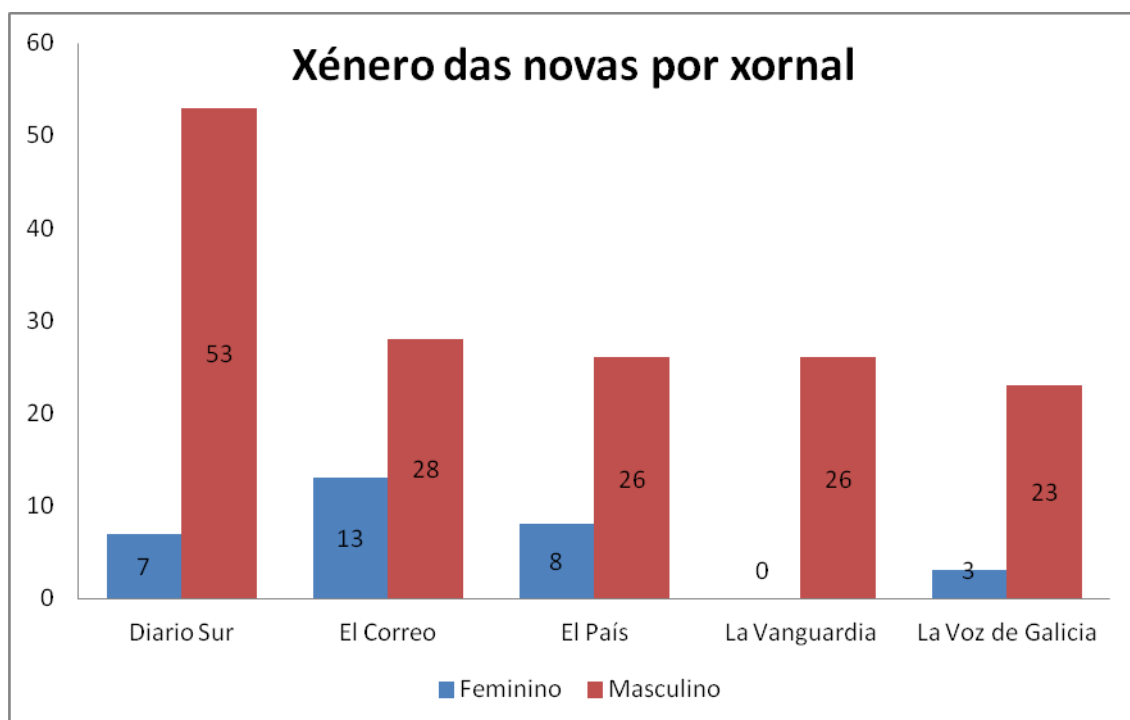
Gráfica 8. Porcentaxe de novas por xénero masculino ou feminino.

Se temos en conta a diferenza entre as novas publicadas que teñen como temática principal o baloncesto podemos pensar na relevancia que se lle dá a este deporte segundo sexa practicado por homes ou mulleres. Neste senso, vemos como o baloncesto masculino domina as informacións dos medios de comunicación publicados con máis dun 83% mentres que o baloncesto feminino consegue unha representación no discurso mediático moi pobre.

Medio	Número de noticias sobre baloncesto feminino publicadas
Diario Sur	7
El Correo	13
El País	8
La Vanguardia	0
La Voz de Galicia	3

Táboa 11. Noticias femininas publicadas en cada medio.

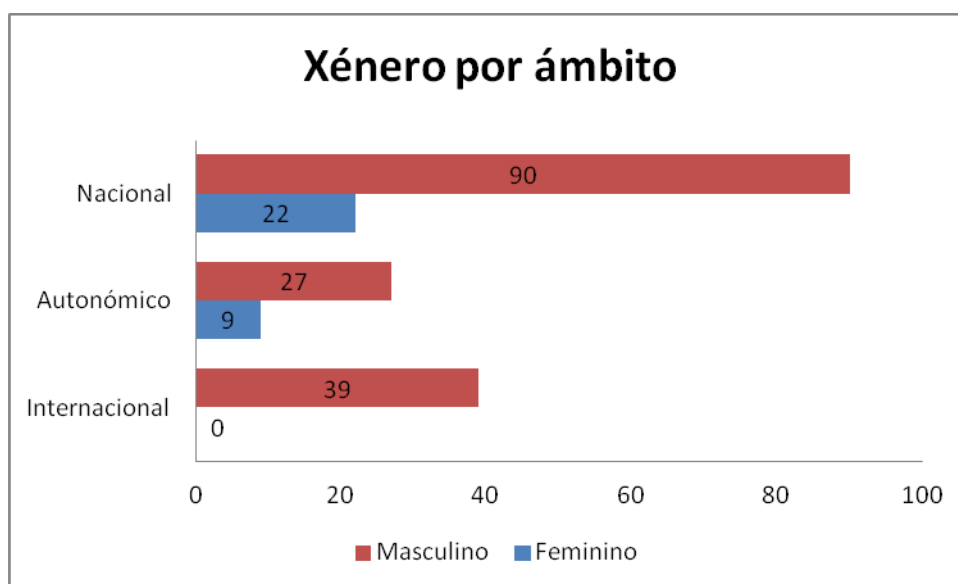
Como vemos na táboa anterior, o medio que máis novas publicou sobre baloncesto feminino foi *El Correo* cun total de 13 mentres que outros como *La Vanguardia* non referiron ningunha información sobre a modalidade deportiva do baloncesto de xénero feminino.



Gráfica 9. Xénero das novas por xornal.

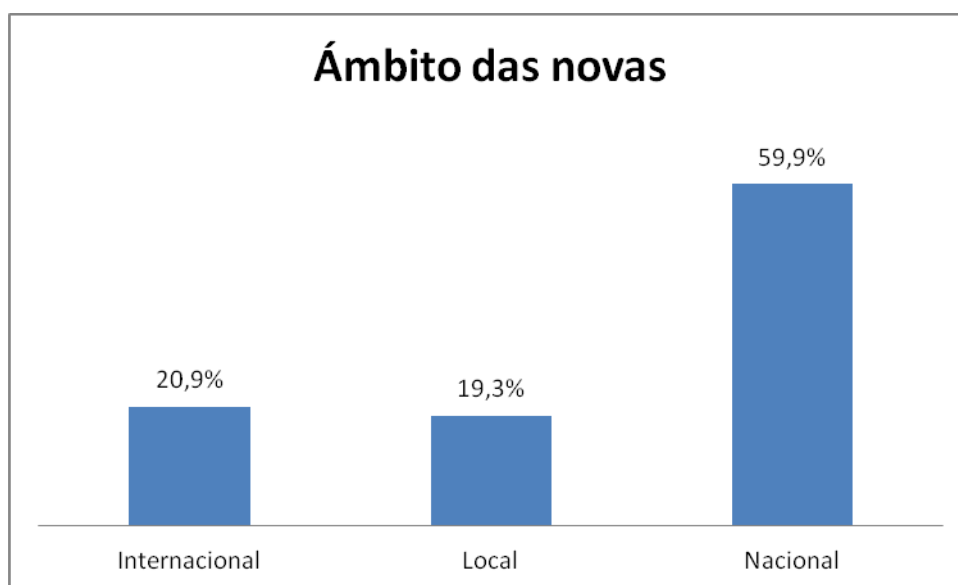
Como expresa esta gráfica de xeito máis visual, podemos ver a grande diferenza que hai entre o número de informacións que publicaron os medios de comunicación sobre baloncesto masculino e as escasa ocasións nas que era o baloncesto feminino o protagonista das noticias. Indicativo é o caso de *La Vanguardia*, que entre o 15 e o 28 de febreiro do ano 2002 non deu cabida nas súas páxinas a ningunha información relativa ao baloncesto feminino.

Se atendemos ao xénero do baloncesto ao que fan referencia as novas publicadas con respecto ao ámbito ao que se refiren vemos como a maioría das veces que se fala de baloncesto feminino é de ámbito nacional e en ningún caso de ámbito internacional.



Gráfica 10. Xénero por ámbito.

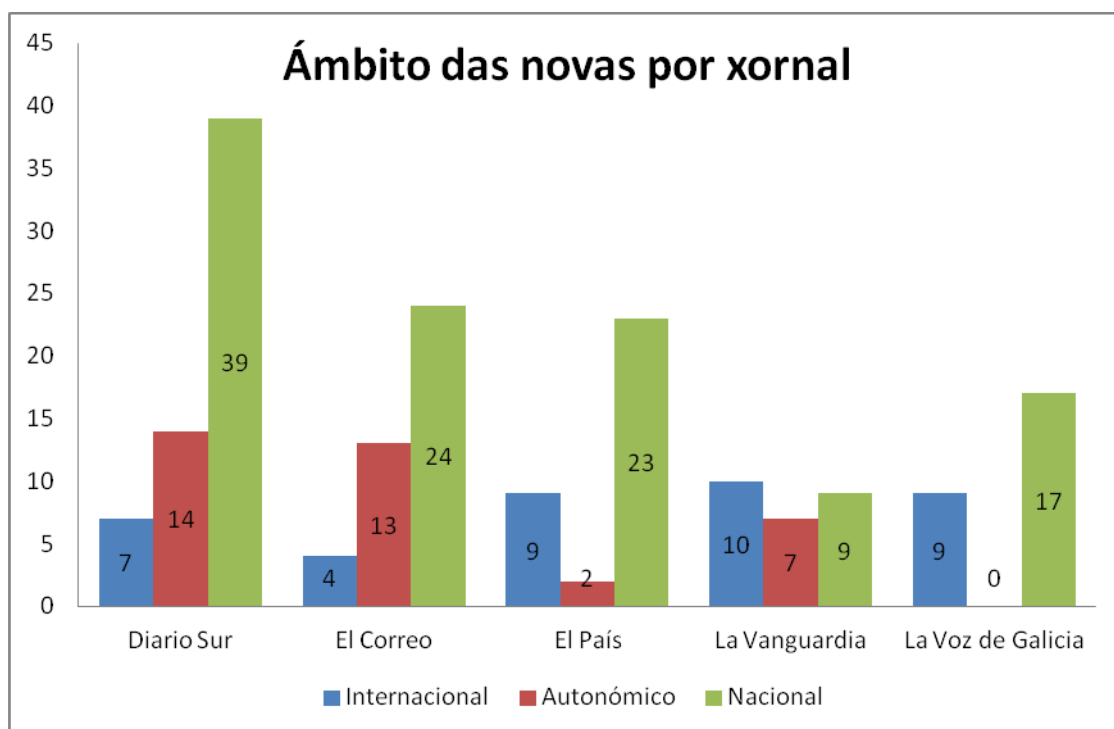
6.1.3. Ámbito xeográfico de referencia da competición das novas publicadas



Gráfica 11. Ámbito das novas publicadas sobre baloncesto.

Se atendemos ao ámbito de referencia das competicións ou situacións comunicativas das novas publicadas sobre baloncesto vemos como existe un referente claro: o ámbito nacional domina con case o 60% das pezas analizadas. Vemos como o ámbito autonómico ou local ten moi pouca representación e está por debaixo do ámbito internacional.

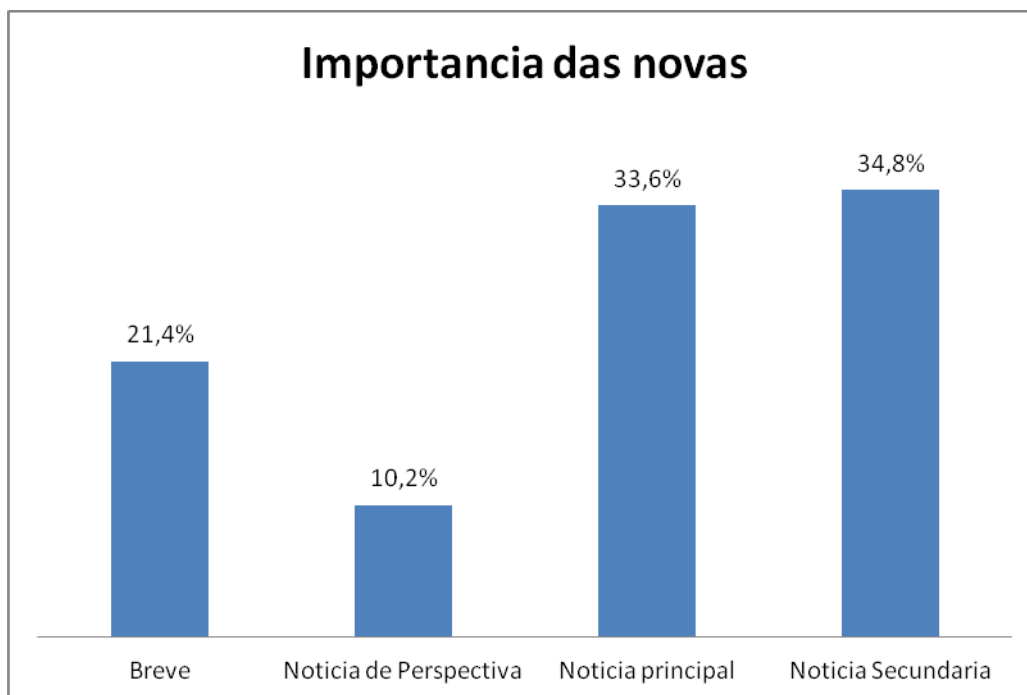
Debemos recordar que polo ano 2002 tan só había dous españois xogando na NBA –Pau Gasol nos Memphis Grizzlies e Raül López nos Utah Jazz- e os equipos españois había anos que non gañaban a Euroliga –máxima competición internacional a nivel europeo que gañara o Real Madrid F.C. no ano 1995 e que volvería a conquistar o F.C. Barcelona no ano 2003-. Era polo tanto, un contexto no que a información internacional sobre baloncesto en España estaba a reconsiderar referentes e agardaba tempos mellores en canto ao incremento da relevancia informativa de feitos ou actores relevantes fóra das fronteiras do país.



Gráfica 12. Ámbito das novas por xornal.

Vemos nesta gráfica como predomina a cor verde que se corresponde coas informacións de ámbito nacional. Chama a atención que *La Voz de Galicia* non publicara ningunha nova sobre baloncesto autonómico ou local no período de análise deste ano 2002 e se centrara nas informacións de carácter nacional dándolle cabida, tamén, ás de tipo internacional.

6.1.4. A importancia das novas sobre baloncesto

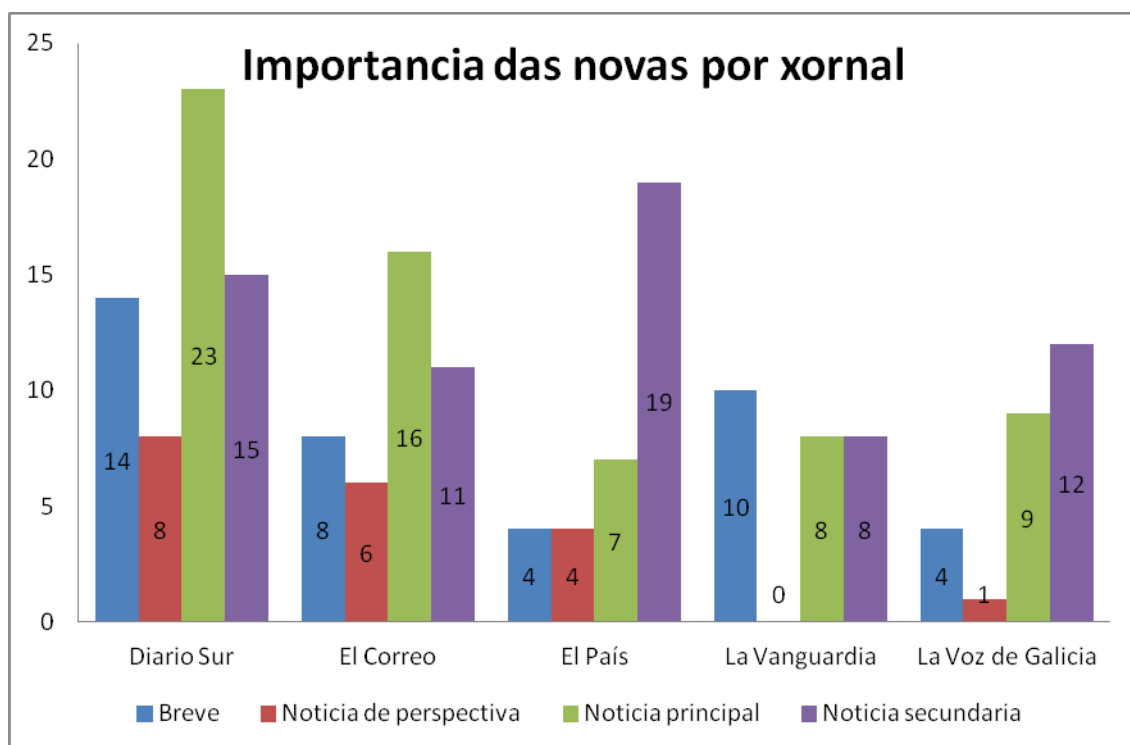


Gráfica 13. Importancia das novas publicadas sobre baloncesto.

A maioría das noticias que publican sobre baloncesto os medios de comunicación analizados teñen unha importancia relevante se atendemos á súa situación na páxina xa que un 33,6% son principais con respecto ao resto que as acompañan na plana.

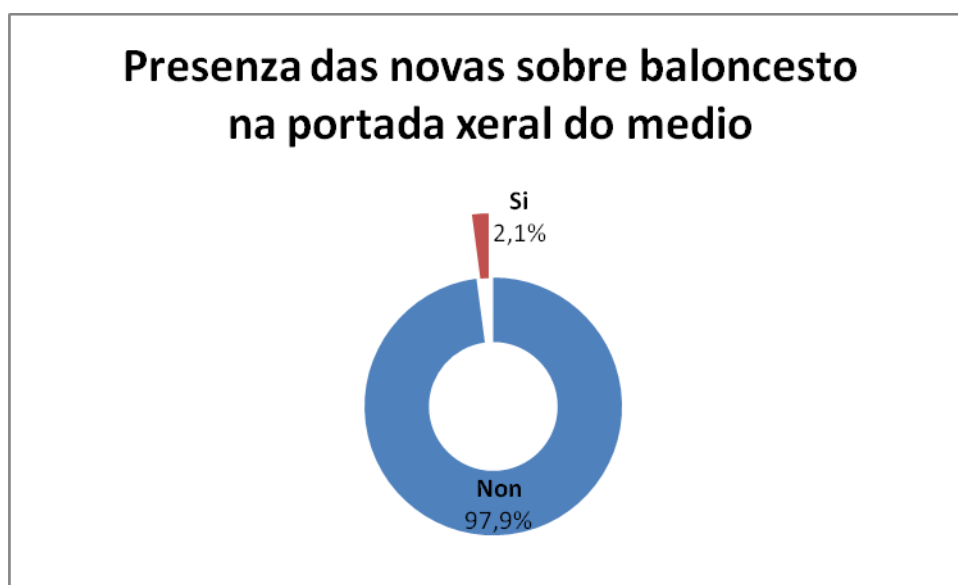
Vemos como as informacións sobre baloncesto actúan como peza secundaria na composición da páxina polo seu nivel de importancia en case un 35% dos casos polo que, polo xeral, cando os xornais estudados publican novas sobre baloncesto concédennles unha relevancia visual considerablemente positiva. De xeito particular, podemos ver –na seguinte gráfica– como o comportamento de *Diario Sur* e *El Correo* é moi positivo pola proporcionalidade que outorgan á información deportiva sobre baloncesto en canto a número de novas publicadas como noticia principal e secundaria. Ademais, menos veces aparecen os despees ou noticias de perspectiva e as noticias breves non superan, en ningún caso ás noticias secundarias.

No caso de *El País*, o comportamento é completamente distinto ao de *Diario Sur* e *El Correo* xa que o número de novas sobre baloncesto con carácter principal é moito menor có de novas secundarias –menos da metade- e as noticias de perspectiva e os breves iguálanse –con números bastante baixos, hai que dicir.



Gráfica 14. Importancia das novas por xornal.

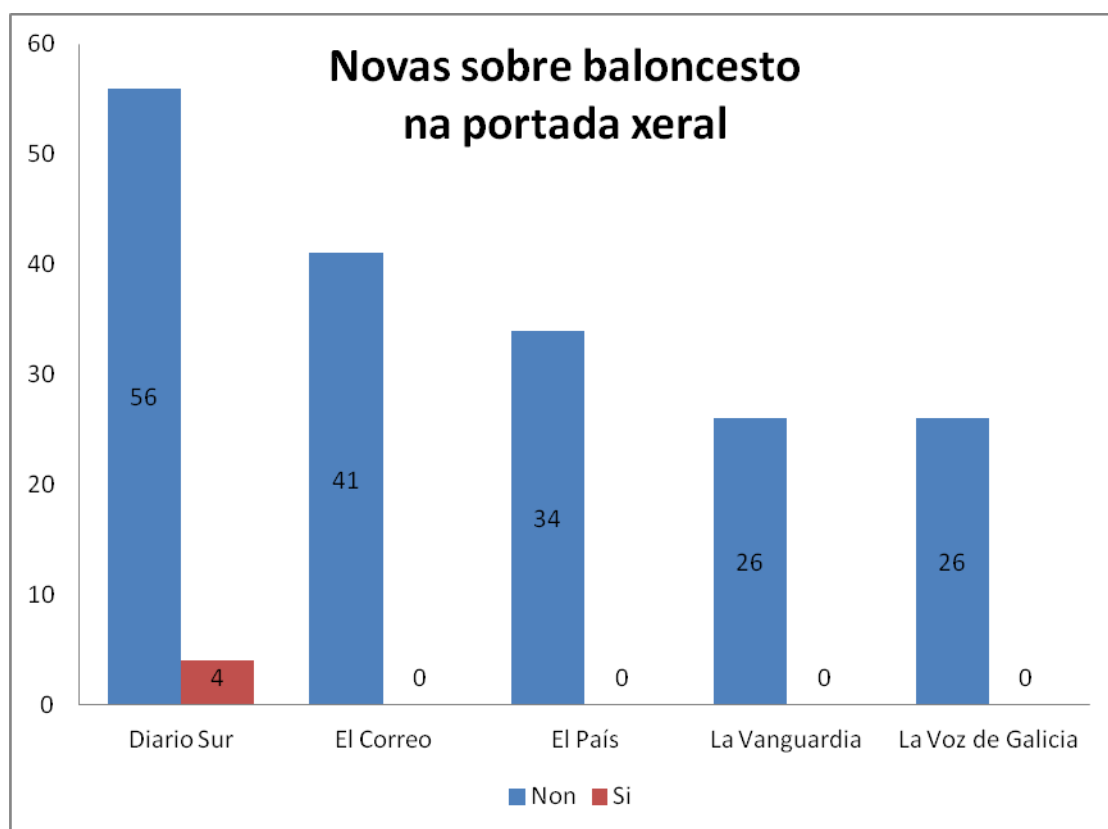
6.1.5. Presenza das novas sobre baloncesto nas portadas principais dos medios de comunicación analizados



Gráfica 15. Presenza das novas sobre baloncesto na portada xeral do medio.

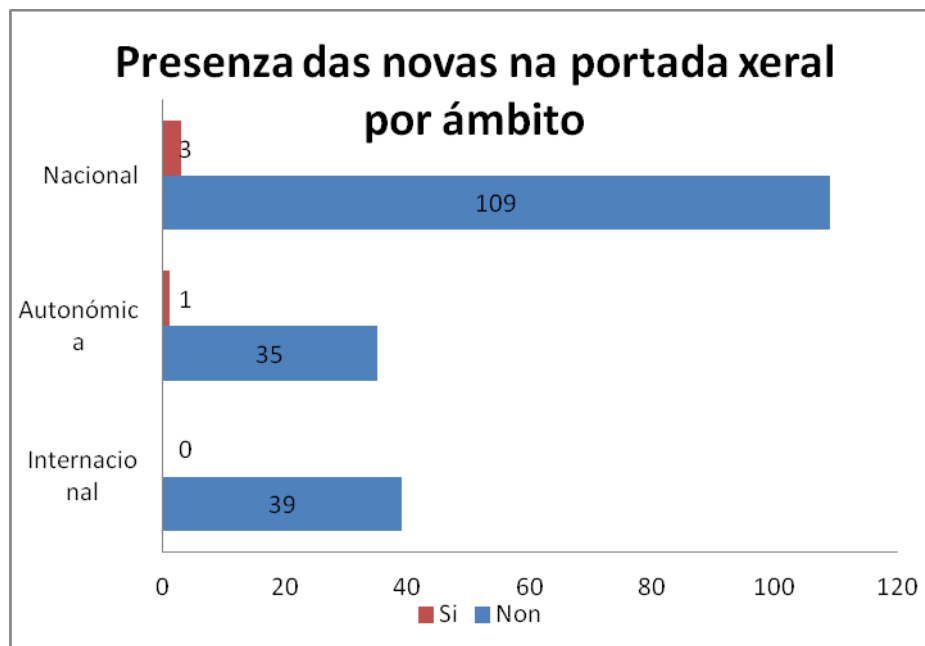
Á hora de computar a importancia que os medios de comunicación analizados lle conceden á información sobre baloncesto decidimos estudar se algunha vez levaban este tipo de información ás súas portadas, onde se recollen aqueles temas que os responsables dos medios consideran máis relevantes para a súa audiencia.

O resultado que atopamos é realmente contundente. Tan só 4 novas das 187 analizadas neste primeiro período apareceron referenciadas na portada xeral do xornal –como podemos ver na seguinte gráfica, foi en todas as ocasións no xornal *Diario Sur*-. Polo tanto, a visibilidade concedida, en termos de relevancia informativa para a audiencia, está marcada por esta tendencia a non incorporar novas sobre baloncesto no espazo de maior importancia do medio.



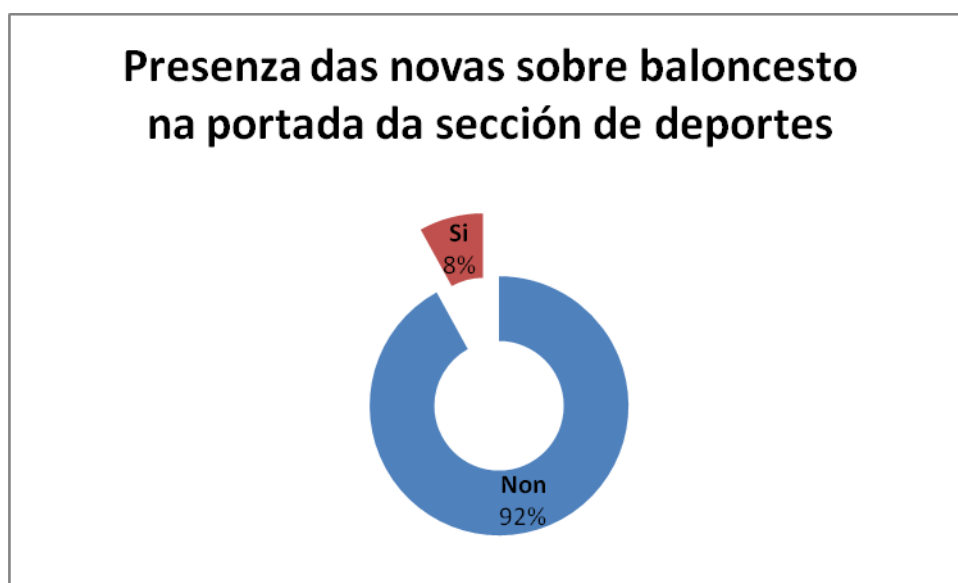
Gráfica 16. Novas sobre baloncesto na portada xeral.

Na análise das portadas xerais dos medios de comunicación analizados, chamounos a atención que, ampliando o dominio da tendencia á información de ámbito nacional marcada na epígrafe 6.1.3., das 4 veces que a información sobre baloncesto se fixo un oco no “escaparate” dos 5 xornais analizados, 3 tiñan como ámbito o nacional.



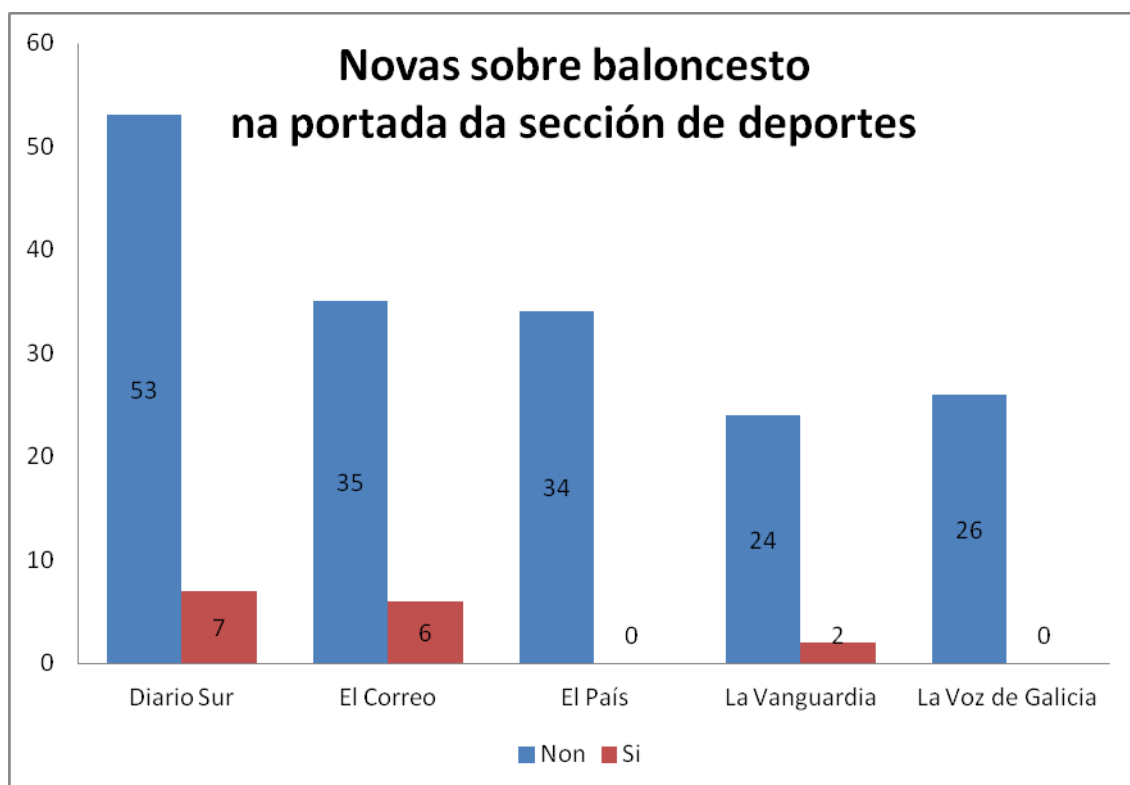
Gráfica 17. Presenza das novas na portada xeral por ámbito.

6.1.6. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes”



Gráfica 18. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección de deportes.

Así como no apartado anterior atendiamos á inclusión ou exclusión da información sobre baloncesto do espazo informativo referente á portada xeral, tamén é importante ver se as novas desta temática aparecen na portada interior da sección de deportes xa que é, dalgún xeito, o escaparate temático do deporte no xornal.



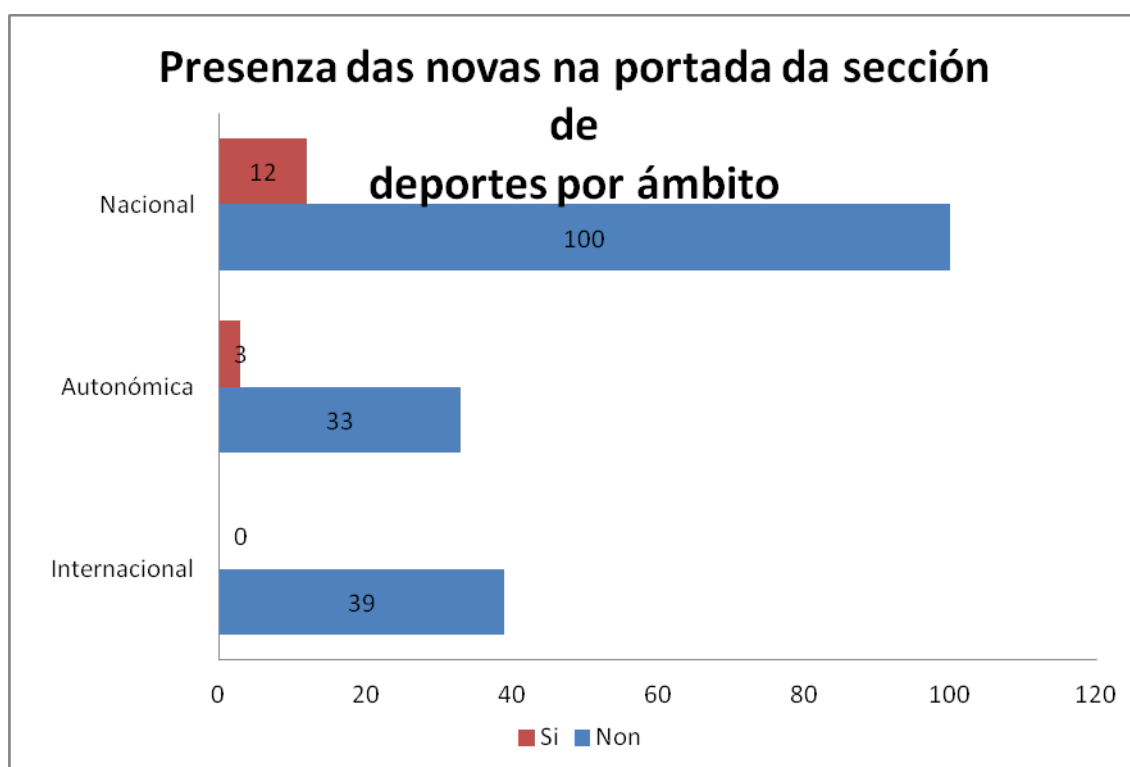
Gráfica 19. Novas sobre baloncesto na portada da sección de deportes.

Pois ben, o resultado non é moito máis positivo para o conxunto da información sobre baloncesto do que o era no caso da portada xeral do medio. Tan só 15 informacións das 187 computadas na primeira fase do estudo aparecen referenciadas na portada da sección de deportes dos xornais analizados. Tendo en conta que é o escaparate da información deportiva vemos como existe unha tendencia importante a non incluír o baloncesto como modalidade informativa temática relevante dentro do que os responsables da sección de deportes dos medios escollidos para esta análise consideran como relevante para as súas audiencias no ámbito deportivo.

Vemos como é o *Diario Sur* o que, ao igual ca no caso das informacións sobre baloncesto que aparecían na portada xeral do medio, acapara case a metade dos casos desta variable erixíndose no xornal que máis visibilidade lle concede as novas sobre baloncesto e máis relevancia lle imprime

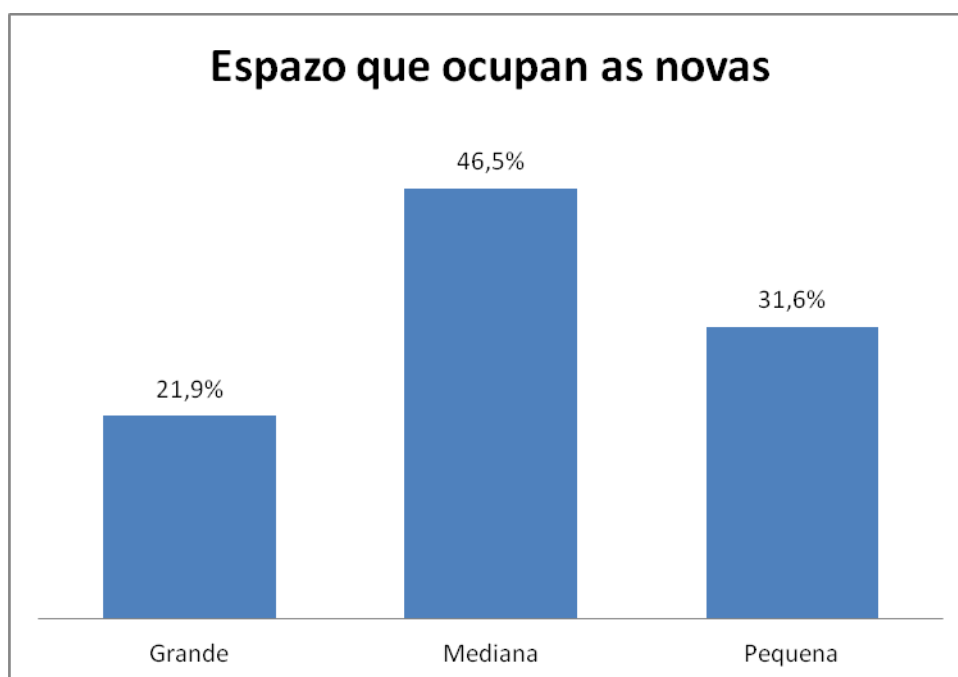
escolléndoo nun maior número de ocasións para formar parte das páxinas que serven de chamada de atención para as audiencias.

Ao igual que adiantabamos na epígrafe anterior, onde se fai referencia á presenza das noticias sobre baloncesto na portada xeral do medio, a información sobre baloncesto de ámbito nacional é o referente á hora de darlle visibilidade e concederlle relevancia a nivel visual a través da súa inclusión na portada da sección de deportes. Esta tendencia compróbase na seguinte gráfica xa que, das 15 ocasións nas que o medio decide incluír novas sobre baloncesto na portadiña da sección “Deportes”, 12 pertencen ao ámbito nacional mentres que só 3 o son de ámbito autonómico ou local e ningunha internacional.



Gráfica 20. Presenza das novas na portada da sección de deportes por ámbito.

6.1.7. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto nas páxinas do xornal



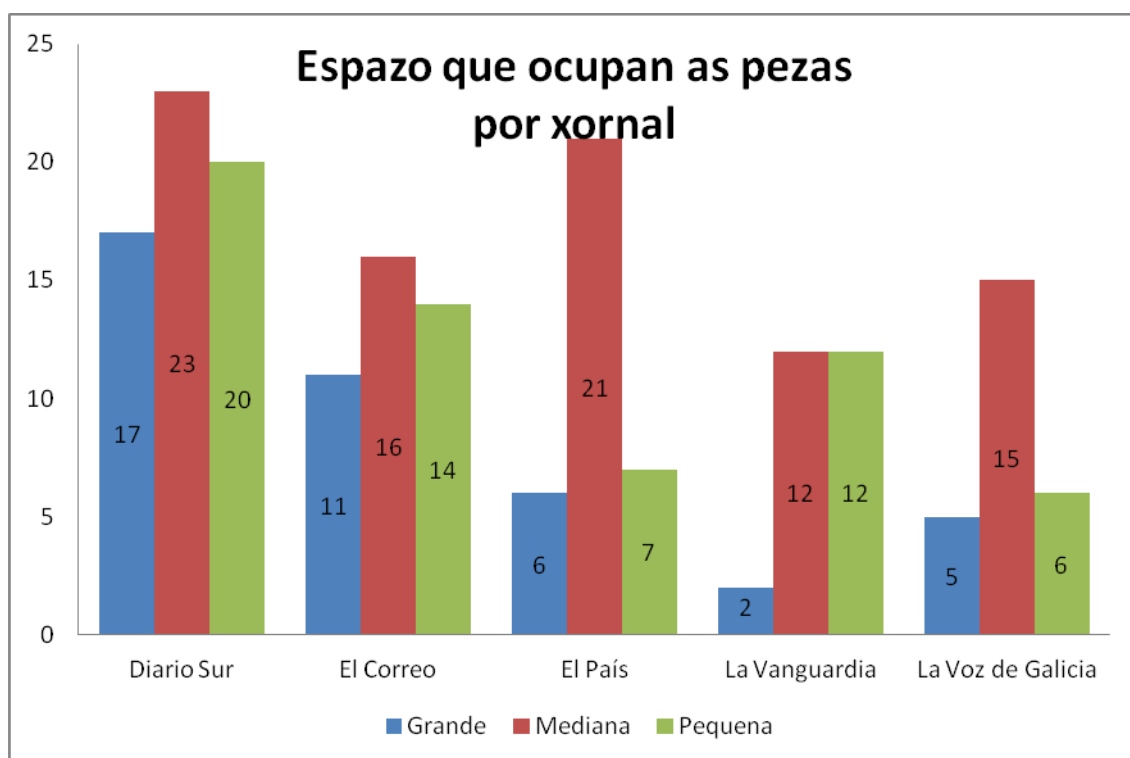
Gráfica 21. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto na páxina do xornal.

A relevancia dunha información, ademais de pola súa inclusión na portada xeral do medio ou na portada interior da sección correspondente, tamén está moi relacionada co espazo que ocupa na páxina.

Atendendo a esta variable, as pezas publicadas polos cinco medios de comunicación analizados sitúanse, na maioría dos casos nun rango que vai dos 6 módulos aos 29 e encádranse, polo tanto, no tramo que nós consideramos denominar peza mediana. Ademais, hai que destacar que as pezas grandes, aquelas que superan os 29 módulos –media páxina– son menos dun 22% ou, o que é o mesmo, 41 sobre o total de 187 para este primeiro período de análise que se corresponde co ano 2002.

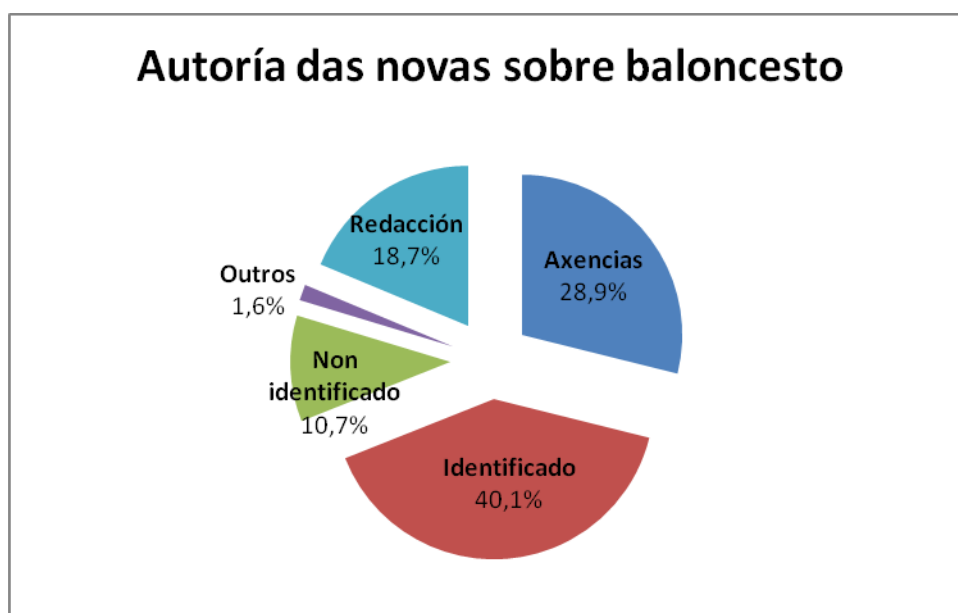
Na seguinte gráfica podemos ver o espazo que ocupan as pezas por xornal e por tamaño. Vemos que *Diario Sur* segue a ser o máis equilibrado e o que

máis novas grandes publica mentres que *El País*, *La Vanguardia* e *La Voz de Galicia* se manteñen nos postos baixos do *ranking* entre os cinco xornais analizados.



Gráfica 22. Espazo que ocupan as pezas por xornal.

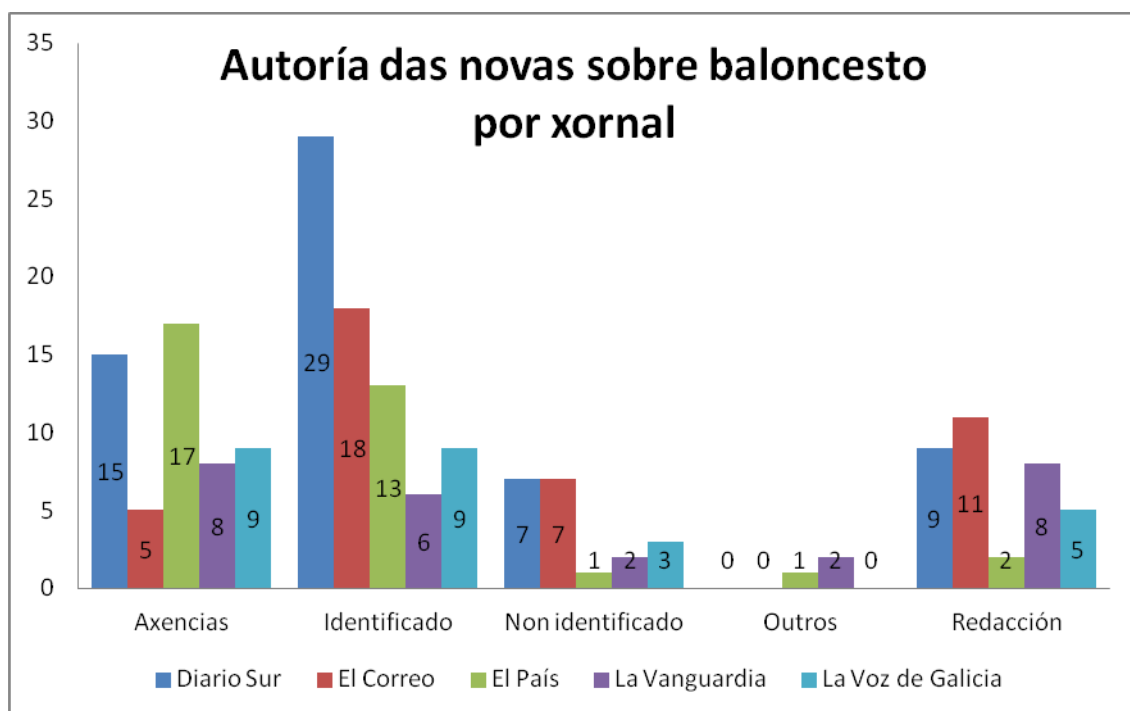
6.1.8. Autoría das novas publicadas sobre baloncesto



Gráfica 23. Autoría das novas sobre baloncesto publicadas.

Se medimos os esforzos ou recursos que os medios de comunicación dedican a elaborar determinada peza informativa temos que, entre outras moitas cousas, deternos a valorar quen asina as novas pois nese xesto está, en moitos casos a clave da importancia que un medio lle concede á información que está a publicar. Por que? Porque, non é o mesmo recorrer a unha información de axencia ca enviar a un xornalista a cubrir unha información, por exemplo.

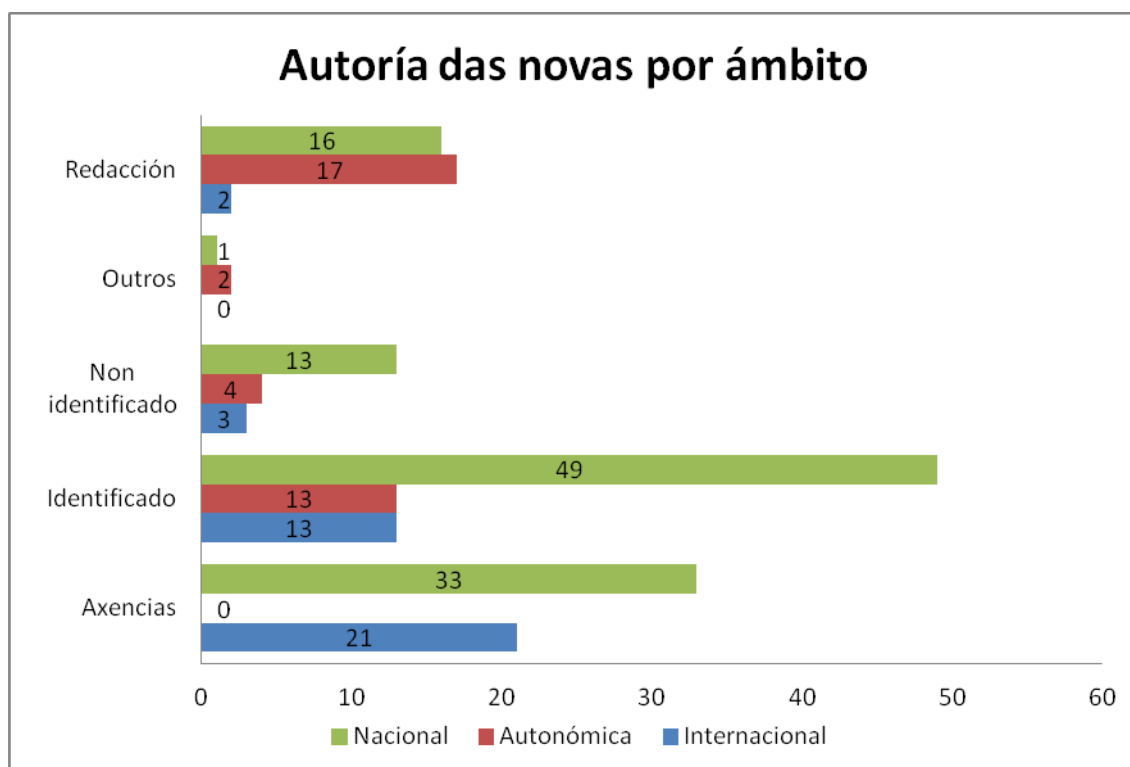
Así, temos un resultado para as 187 pezas analizadas deste ano 2002 onde destacan as informacións nas que o autor está identificado, é dicir, o medio considerou que debía dedicar o tempo e esforzo dun traballador a cubrir un feito ou información determinada. Porén, no segundo chanzo vemos como a información de axencia se impón con case un 29% das sinaturas mentres que os casos nos que a redacción como conxunto se fai cargo da autoría queda en menos dun 19%.



Gráfica 24. Autoría das novas sobre baloncesto por xornal.

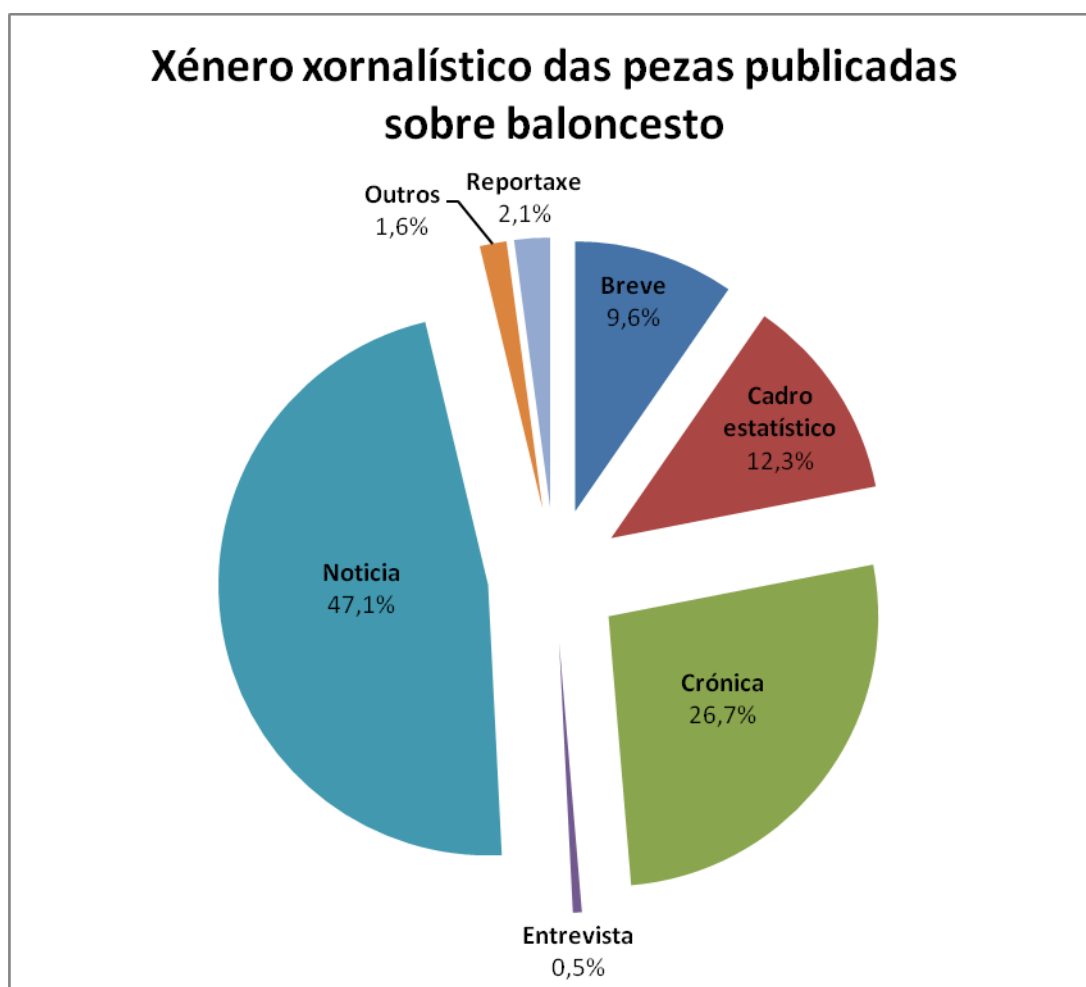
Podemos observar na gráfica anterior como *Diario Sur* é o que máis novas publica asinadas por un xornalista da redacción e *El Correo* se mantén na segunda posición mentres que *La Vanguardia* e *La Voz de Galicia* son as que menos empregan este tipo de identificación da autoría da información.

Moitas veces, a información de axencias vai relacionada coa información internacional ou nacional xa que resulta moi custoso para os medios manter correspondentes ou desprazar xornalistas para cubrir acontecementos concretos ou outros que se prolonguen no tempo. Para superar estes custos botan man da información de axencia. Esta tendencia pódese observar na seguinte táboa onde se ve, ademais, a importancia da información de ámbito nacional xa que a maior parte das informacións que están asinadas por un xornalista da redacción pertencen a este ámbito.



Gráfica 25. Autoría das novas por ámbito.

6.1.9. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto

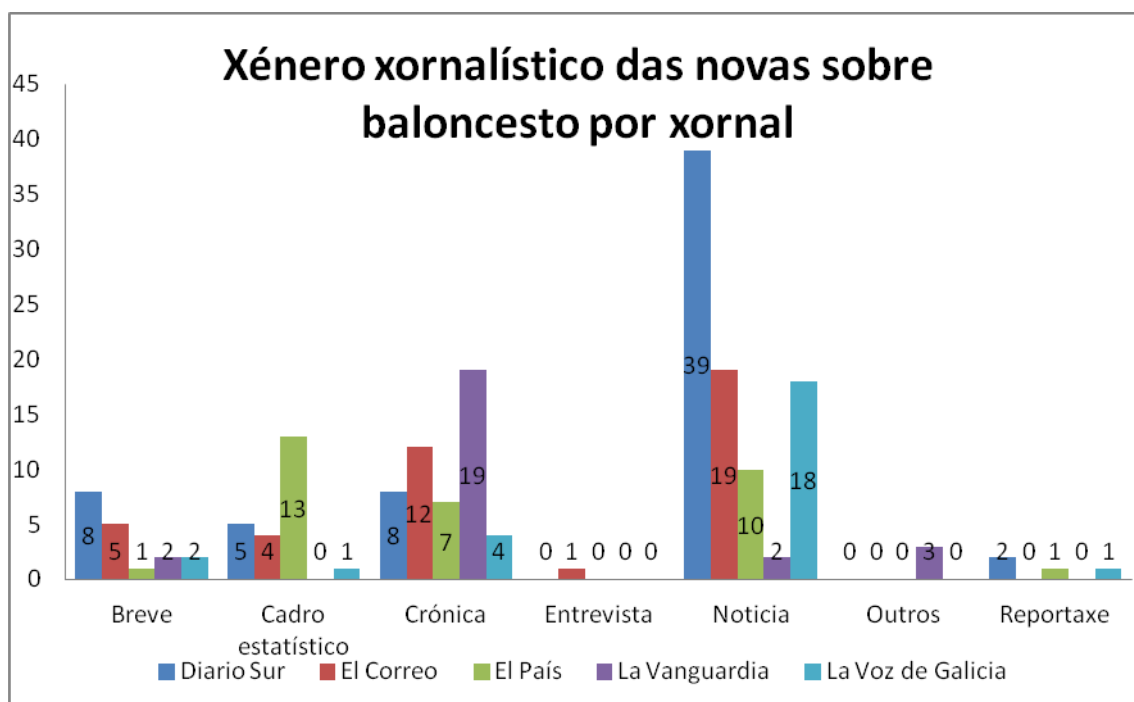


Gráfica 26. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto.

Moitas veces podemos intuír a cantidade e calidade de recursos xornalísticos que unha redacción lle imprime a un tema determinado polo tipo de xénero xornalístico que emprega á hora de publicalo. Así, as reportaxes en profundidade ou as entrevistas, que requiren un maior tempo e un consumo de recursos humanos máis elevado, soen reservarse para tratar temas que se consideren de importancia, recorrido e interese suficiente para as audiencias.

Tendo en conta o explicado e que o xénero por excelencia do xornalismo deportivo é a crónica, pasamos a observar os resultados da análise dos

xéneros xornalísticos das 187 pezas correspondentes ao período de estudo do ano 2002. Así, vemos como case a metade son noticias mentres que no segundo posto aparecen as crónicas con case o 27% dos casos analizados. O máis relevante da análise desta variable é observar como tan só se publicaron 1 entrevista e 4 reportaxes coa temática do baloncesto como eixo fundamental para non sumar nin tan sequera un 3% dos casos.



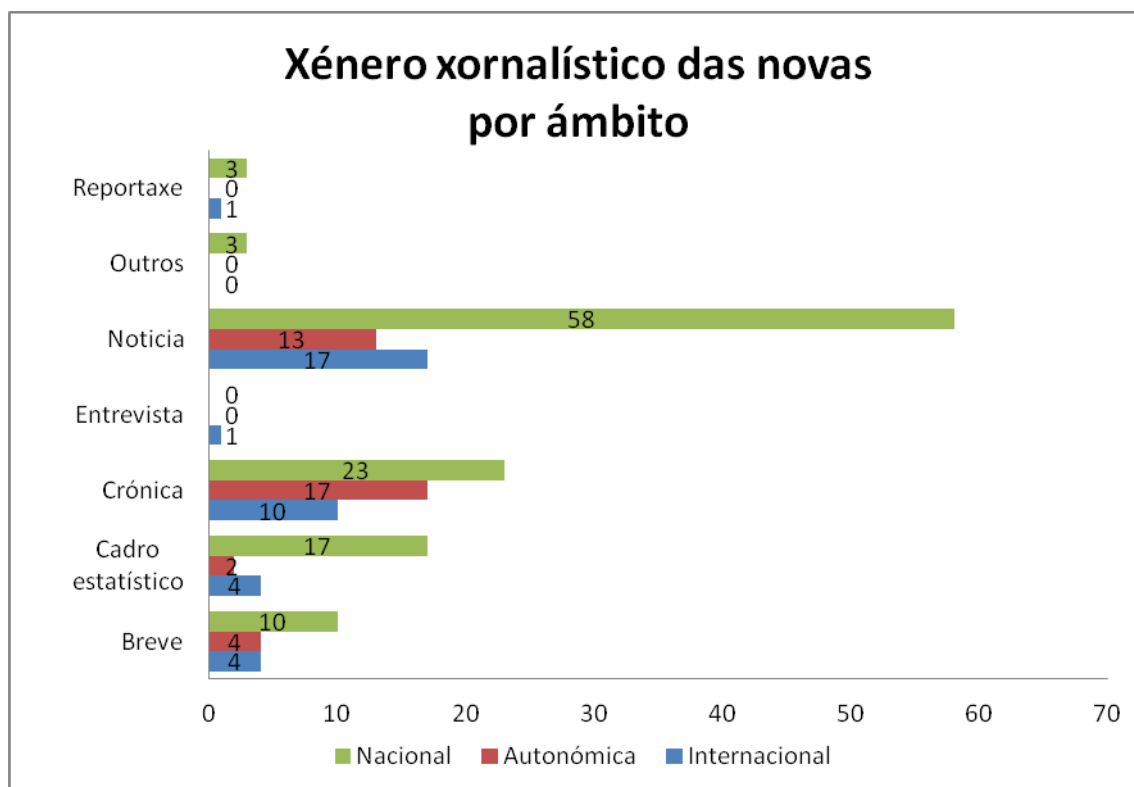
Gráfica 27. Xénero xornalístico das novas sobre baloncesto por xornal.

É importante observar como é *Diario Sur* o medio que publica a maioría das reportaxes -2 das 4, as outra públicas *El País* e *La Voz de Galicia*-, xornal que destaca polo número de pezas publicadas sobre baloncesto e que, asemais, aposta -de xeito relativo ao resto dos medios estudados- por tratar en profundidade algúns aspectos da modalidade deportiva do baloncesto.

Medio	Reportaxes	Entrevistas
Diario Sur	2	0
El Correo	0	1
El País	1	0
La Vanguardia	0	0
La Voz de Galicia	1	0

Táboa 12. Reportaxes e entrevistas que publica cada un dos medios analizados no ano 2002 entre os días 15 e 28 de febreiro

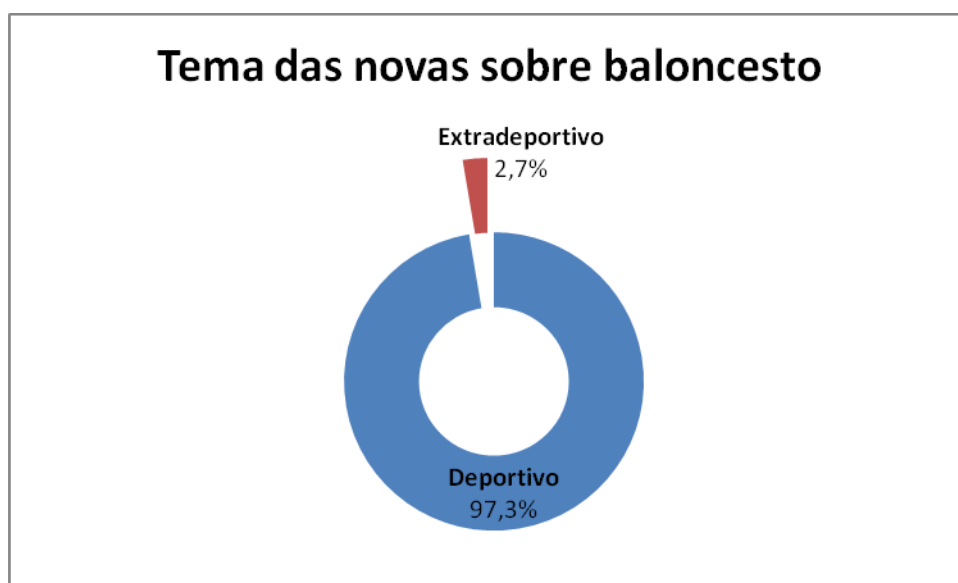
Finalmente, se atendemos á relación que manteñen os xéneros xornalísticos empregados para dar a coñecer a información sobre baloncesto ás audiencias vemos como as reportaxes, xénero cunha maior carga de traballo e unha maior dedicación de recursos por parte do medio, se atopan na súa maioría -3 de 4- no ámbito nacional.



Gráfica 28. Xénero xornalístico das novas por ámbito.

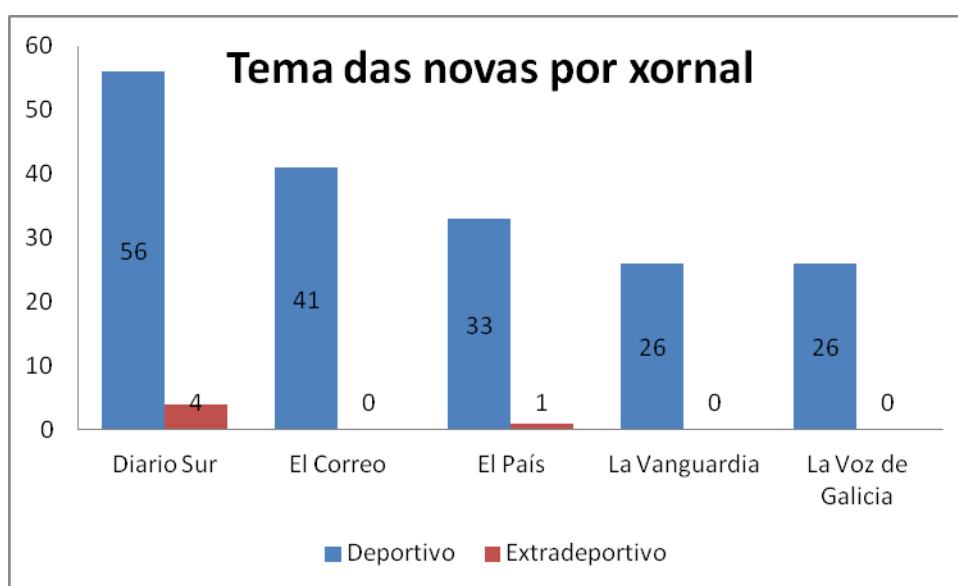
Na gráfica anterior vemos como tan só se publicou unha entrevista esta pertence ao ámbito internacional. Ademais, podemos dicir que esa entrevista estaba asinada por un xornalista dunha axencia. A explicación é que os xornais, en moitos casos, mercan paquetes de información ás axencias. Neste caso, é moito máis sinxelo e menos custos que un xornalista dunha axencia que traballa en Los Ángeles se desprace ao pavillón dos Lakeres e lle realice unha entrevista a Pau Gasol ca que un traballador do xornal con sede en Madrid, por exemplo, consiga dalgún xeito, realizarlle a entrevista dende Madrid e obteña recursos gráficos cos que acompañar a peza.

6.1.10. Tema das novas sobre baloncesto



Gráfica 29. Tema das novas sobre baloncesto.

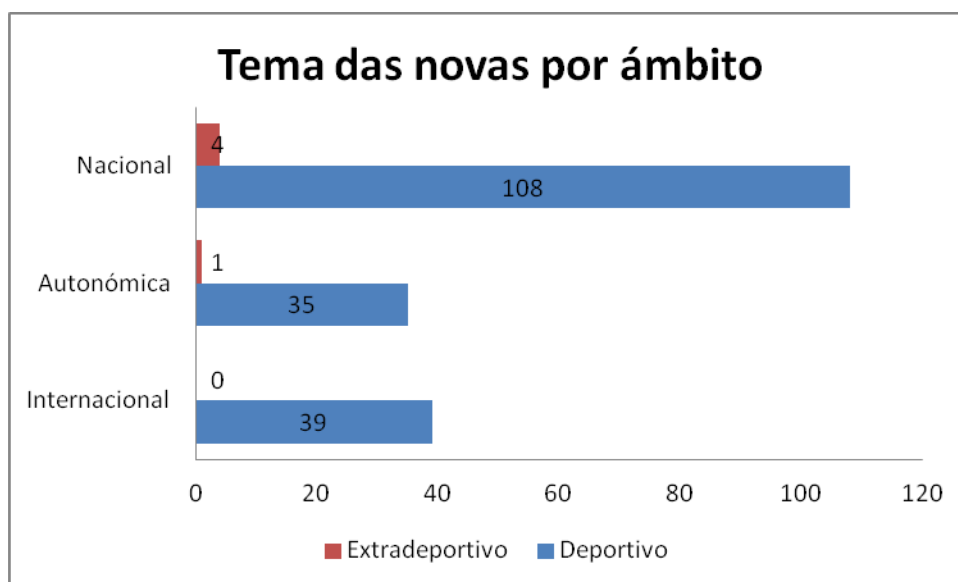
Como vimos no desenvolvemento do marco teórico, o deporte é un ámbito que tende a trazar moitas relacións con outros sectores da sociedade como poden ser o económico ou o político. Deste xeito, podería considerarse que ás veces, as noticias sobre baloncesto foran publicadas nun contexto ou cunha temática principal que non fora a deportiva.



Gráfica 30. Tema das novas por xornal.

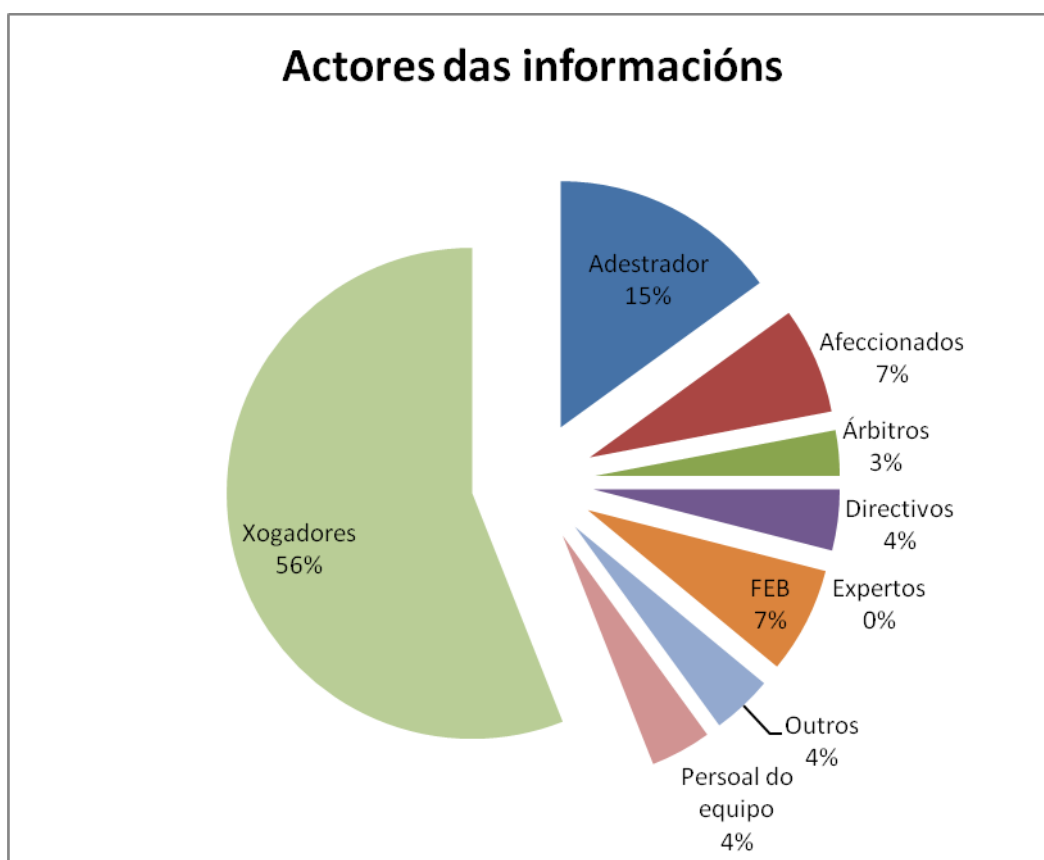
Analizadas as 187 novas sobre baloncesto deste primeiro ano de estudo vemos como case non se dan casos nos que a información deportiva teña como tema principal outro que non sexa o feito deportivo en si mesmo xa que tan só un 2,7% das pezas se poderían considerar dentro da categoría de información sobre baloncesto que responde a unha temática ou se atopan nun contexto que non é o deportivo.

É, de novo, *Diario Sur* o que pon en relación nun maior número de ocasións o baloncesto con outros ámbitos da realidade social e publica 4 das 5 novas que computamos coa variable da temática extradeportiva como positiva. Ademais, o ámbito nacional segue a ser o preferente para o mellor tratamento da información deportiva sobre baloncesto e aquel onde os temas son máis variados e contan con maior prestación de recursos á hora de ser elaborados. Así, é no ámbito nacional onde se atopan 4 das 5 novas extradeportivas relacionadas co baloncesto.



Gráfica 31. Tema das novas por ámbito.

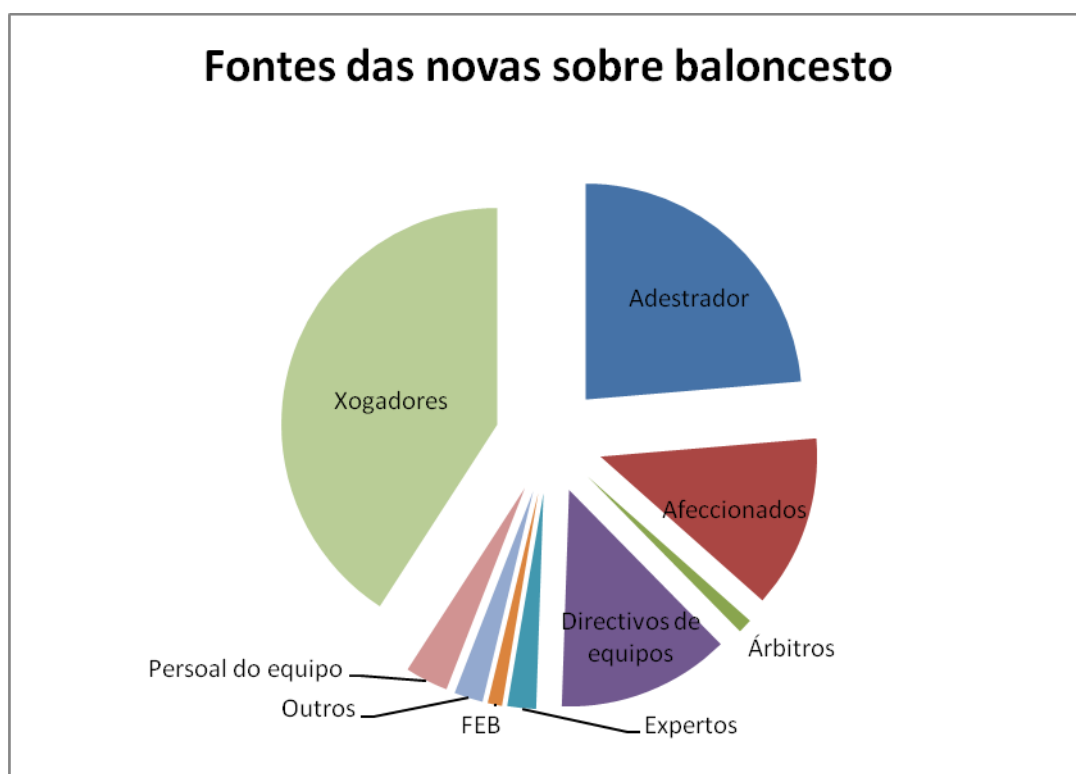
6.1.11. Actores e fontes das informacións sobre baloncesto



Gráfica 32. Actores das informacións sobre baloncesto.

A maior parte dos actores das informacións, como vemos na gráfica anterior, son os xogadores con case un 56% dos casos. En segundo lugar aparecen os adestradores cun 15% e en terceiro os afeccionados cun 7% -compartindo chanzo na clasificación coa Federación Española de Baloncesto (FEB)-. Que quere dicir esta combinación de datos? Que as informacións sobre baloncesto, na gran maioría dos casos están centradas no xogo e no seu dinamismo. Vemos como outras categorías que indicaría certo afondamento nalgunhas cuestións relacionadas co ámbito do baloncesto –e que terían cabida en xéneros coma a reportaxe ou a entrevista, que, como vimos, non son relevantes nesta primeira anualidade de estudo- non son relevantes, como poden ser os expertos –neste caso non aparecen en ningunha ocasión como actores, como determina o 0% da gráfica, aínda que

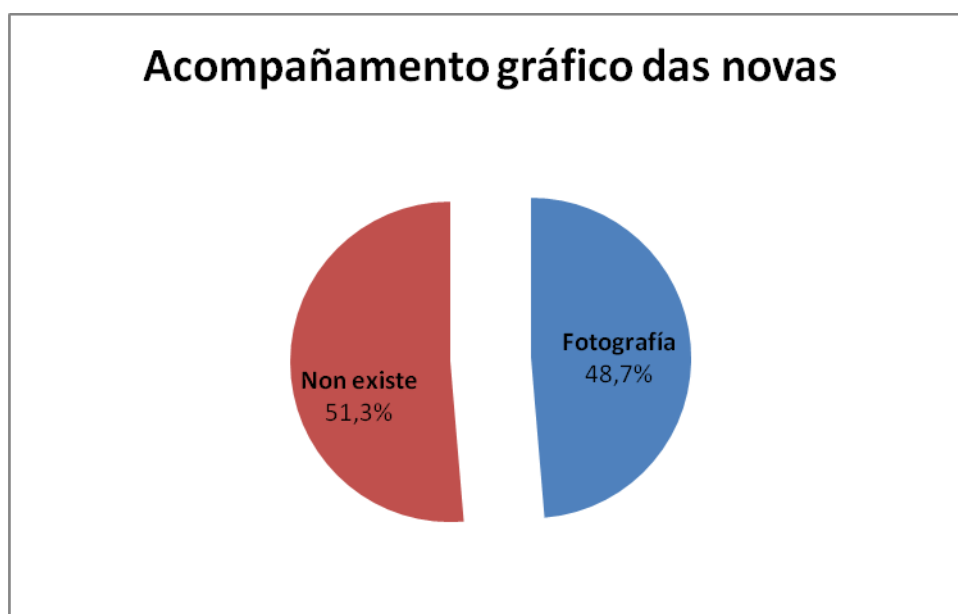
si nalgunha como fontes-. E as fontes? Quen son as fontes da información sobre baloncesto?



Gráfica 33. Fontes das informacións sobre baloncesto.

Pois ben, como podemos ver na anterior gráfica, os xogadores son os que máis actúan como fonte. Son os que máis veces protagonizan as novas e tamén aqueles actores que os xornalistas empregan como fontes en máis ocasións. Non referimos datos nesta ocasión porque preferimos traballar coa idea que dá o tamaño da parcela na gráfica para comparala aos datos da gráfica dos actores da que falamos nesta mesma epígrafe. Aparecen os adestradores tamén citados como fontes, os afeccionados e os directivos. Son fontes, como podemos deducir, derivadas da participación como actores que recollen as crónicas sobre os encontros das diversas competicións. Ou o que é o mesmo, o feito deportivo, a acción deportiva en si, o espectáculo, é o que marca quen son os actores e as fontes. Ademais, vemos como a figura do experto aparece como fonte pero cunha importancia relativa menor có persoal do equipo, por exemplo, é dicir, pouco destacable.

6.1.12. Diversas variables relativas ao acompañamento gráfico das novas publicadas sobre baloncesto

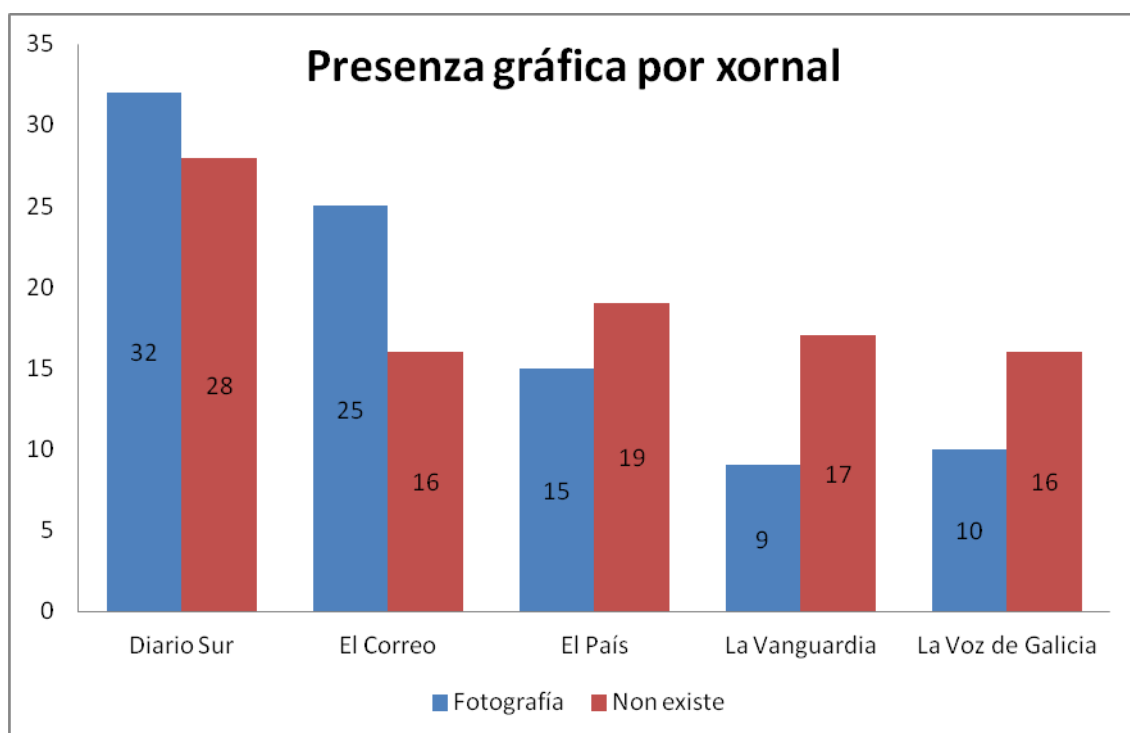


Gráfica 34. Acompañamento gráfico das novas.

O feito deportivo como unidade de tratamento xornalístico ten un potencial moi elevado en termos de espectacularización da información –sobre todo dende a concepción do deporte/espectáculo propia da Sociedade Postindustrial- derivados da súa esencia atlética, competitiva e emocional. Para captar estas facetas, os medios de comunicación recorren, en moitas ocasións á representación gráfica dos acontecementos deportivos a través de fotografías, infografías ou outros elementos. No período analizado do ano 2002 vese unha importante porcentaxe -48,7%- de pezas que contan cun acompañamento gráfico que é, sempre, unha fotografía.

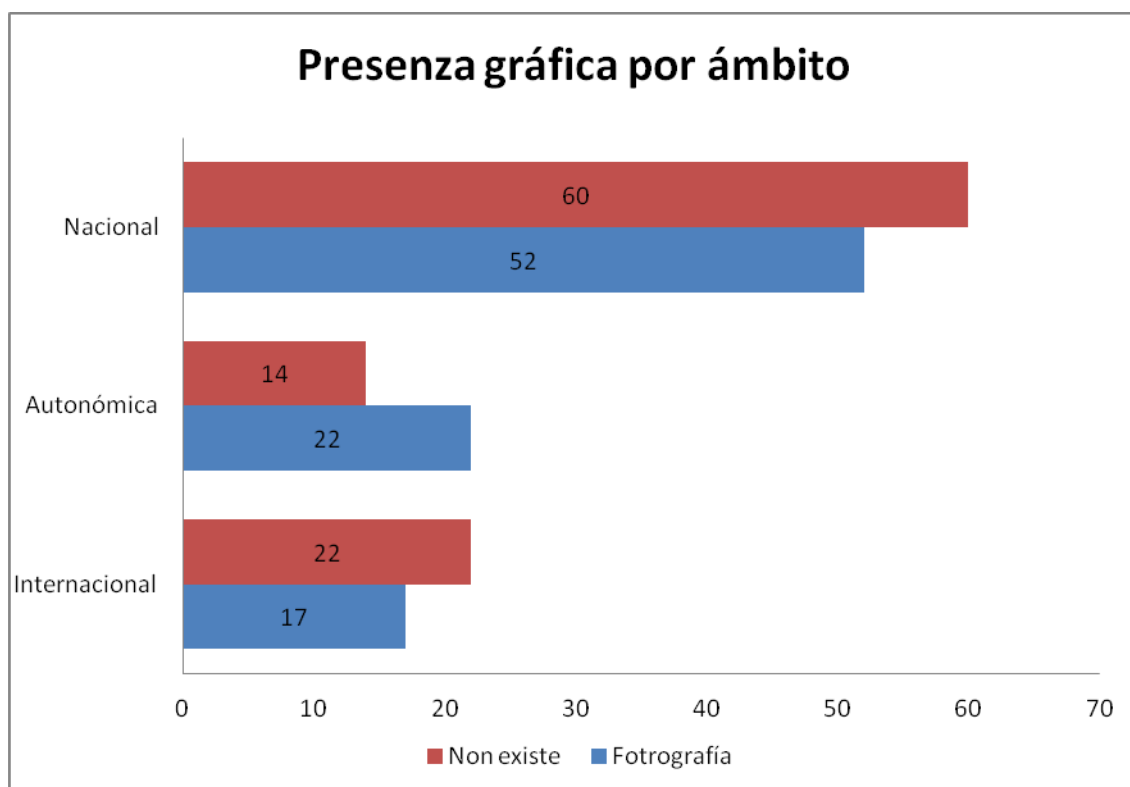
É moi relevante a ausencia de infográficos e outros recursos gráficos. Por que? Porque implica unha decisión de non encamiñar recursos –a realización de grafismos é custos en termos de horas, recursos e persoal- a este cometido e valerse de imaxes –seguramente derivadas de axencias

fotográficas, sen conste marxinal engadido- para representar o espectáculo da competición deportiva do baloncesto.



Gráfica 35. Presenza gráfica por xornal.

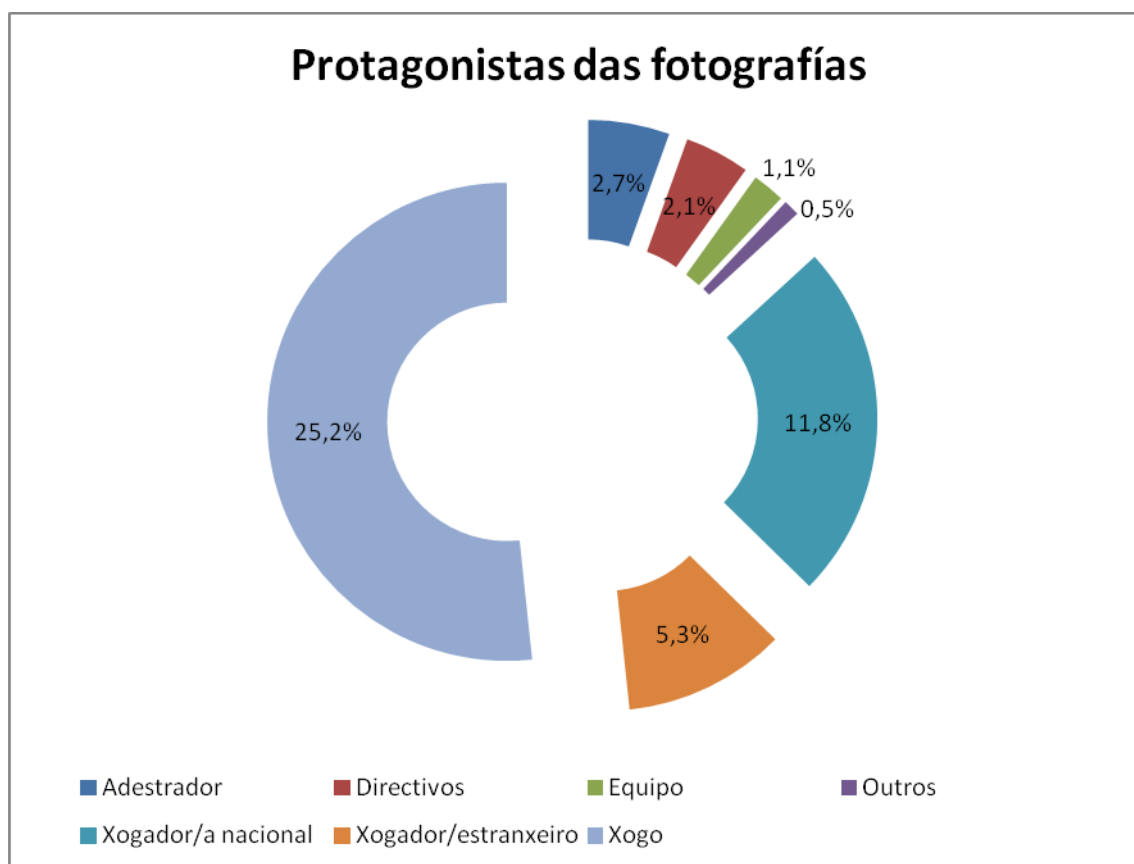
Vemos como *Diario Sur* e *El Correo* son os medios de comunicación que máis veces acompañan as informacións sobre baloncesto con fotografías -32 e 25 casos, respectivamente- mentres que *La Vanguardia* e *La Voz de Galicia* sitúanse á cola no número de fotografías publicadas.



Gráfica 36. Presenza gráfica por ámbito.

É importante ver que a importancia do ámbito nacional tamén se ve reforzada pola visibilización do mesmo a través das imaxes publicadas. Como vemos, no ámbito nacional é onde se publican o maior número de fotografías -52 para o total dos xornais analizados- mentres que os outros ámbitos quedan a moita distancia –vemos na gráfica anterior que o ámbito autonómico ou local conta con 22 imaxes e o internacional con 17-.

Unha vez observado que o 100% do acompañamento gráfico das novas que se publican sobre baloncesto son fotografías, é relevante identificar aos protagonistas das mesmas para ver sobre que actores, accións ou contextos centran a atención informativa os medios de comunicación ao elixilas para ilustrar as pezas informativas.

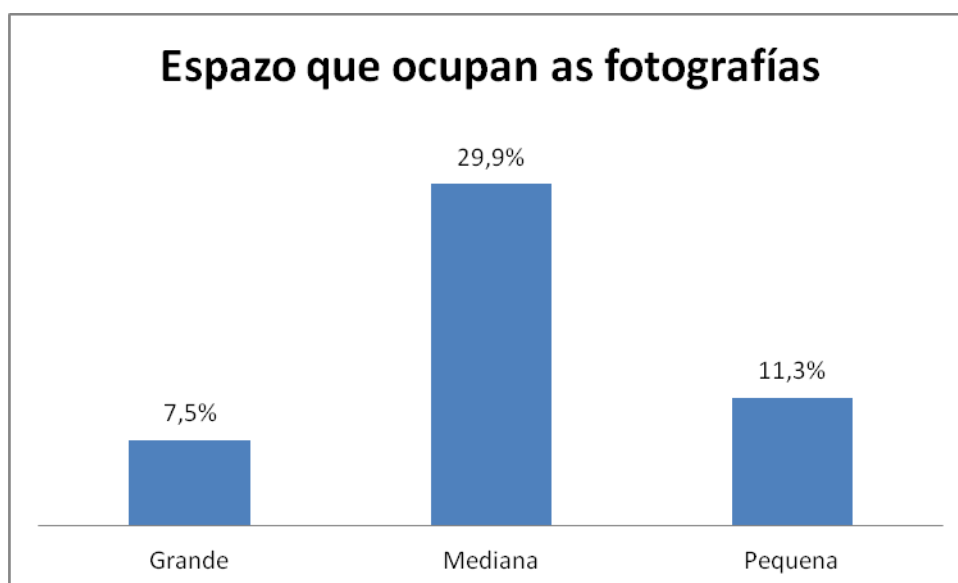


Gráfica 37. Protagonistas das fotografías.

Neste senso, o contido que aparece nas fotografías valoradas tamén é moi relevante en termos da análise cualitativa xa que deixa ver que é o que o medio de comunicación quere reflectir do feito deportivo de xeito visual. Neste caso, vemos como a acción deportiva, o xogo, o feito competitivo derivado do baloncesto é o que domina a variable propia dos protagonistas das fotografías con máis do 25% dos casos. En segundo lugar, a unha distancia importante, sitúase a aparición de xogadores nacionais como protagonistas das imaxes de xeito claro.

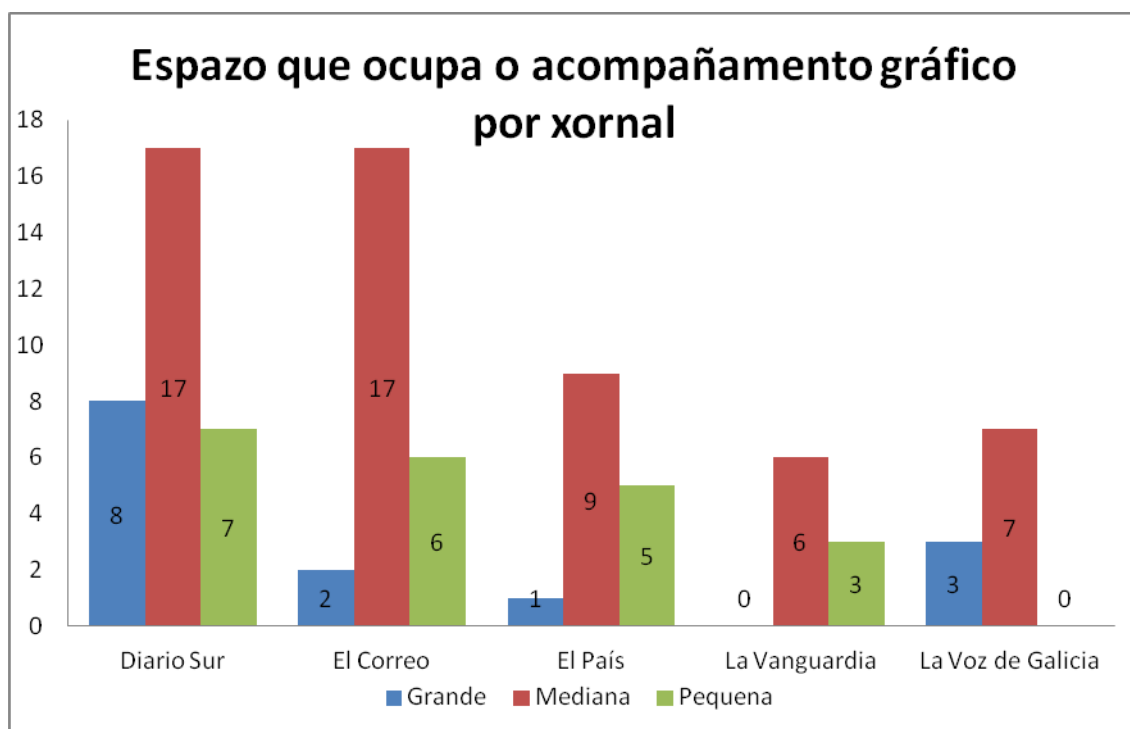
Tamén importante ver como está delimitado no espazo o acompañamento gráfico. Así, temos que, sobre o 48,7% das pezas que levan acompañamento gráfico este é, na maioría dos casos de tamaño mediano –o 29,9% das fotografías teñen entre 4 e 10 módulos- mentres que as imaxes grandes –aquelas que contan con máis de 10 módulos de espazo- son as menos

representativas en canto a cantidade con tan só un 7,5% dos casos e as pequenas –recordemos, aquelas que teñen menos de 4 módulos de tamaño– supoñen un 11,3% das fotografías publicadas.



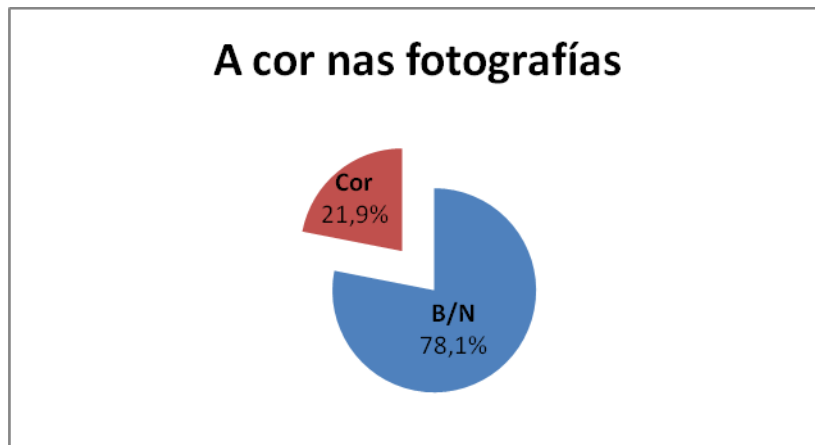
Gráfica 38. Espazo que ocupan as fotografías –porcentaxe sobre o 48,7% que representan aquelas pezas que levan acompañamento gráfico–.

Se miramos os datos por xornal, vemos como é *Diario Sur* o que máis imaxes grandes e medianas publica mentres que outros como *La Vanguardia* case non acompañan as informacións sobre baloncesto con fotografías –se analizamos de xeito relativo o seu comportamento co resto de xornais analizados neste estudo con respecto a este apartado concreto–.



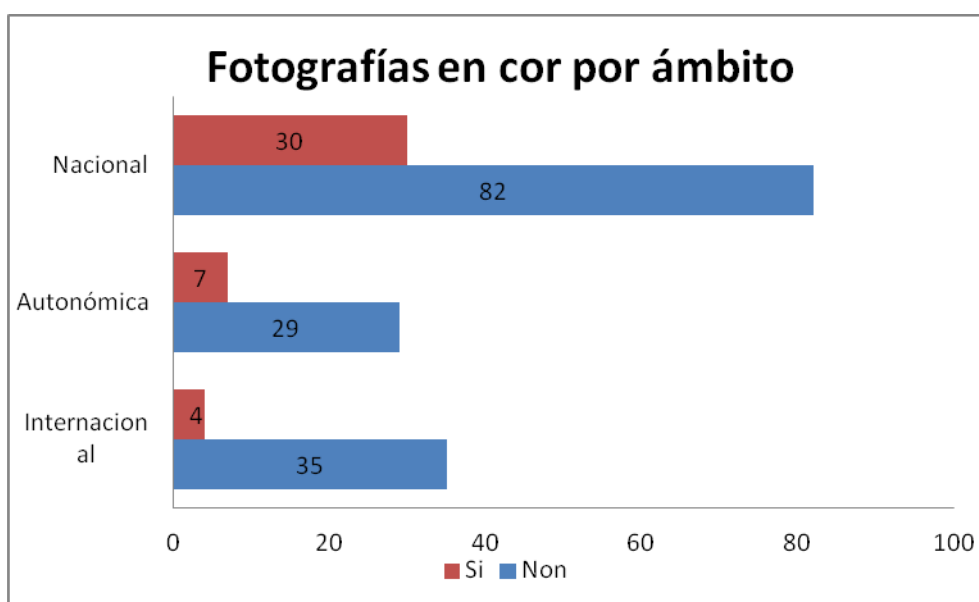
Gráfica 39. Espazo que ocupa o acompañamento gráfico por xornal.

Finalmente, en relación con outro aspecto capital do acompañamento gráfico, vemos como son poucas as fotografías que foron publicadas en cor. Tan só un 21,9% de todas as imaxes analizadas están en cor. Hai que ter en conta que neste ano 2002 moitos xornais non empregaban a cor en todas as páxinas e que, nalgúns casos como é o de *La Vanguardia*, as imaxes en cor publicadas sobre baloncesto se concentran nos luns, nun caderno especial deportivo que substitúe ese día á sección “Deportes” para dar cabida a toda a información xerada no ámbito das diferentes modalidades do deporte durante a fin de semana, período no que se concentran a maioría das competicións.



Gráfica 40. A cor nas fotografías.

A cor repártese por ámbitos, tal e como podemos ver na seguinte gráfica, de tal xeito que o nacional é onde máis imaxes en cor se publican mentres que o internacional é o que menos fotografías en cor presenta. A importancia do nacional neste ano 2002 é evidente e marca un ámbito de actuación preferente para os xornais analizados á hora de visibilizar a información sobre baloncesto pese a que, como viñemos vendo nas diferentes epígrafes, en certos aspectos o ámbito internacional comeza a dar impresión de estarse a reforzar da man da chegada de referentes españois á liga norteamericana, a NBA.



Gráfica 41. Fotografías en cor por ámbito.

6.2. DATOS DO ANO 2007

No ano 2007, a Liga ACB estaba composta por 18 equipos dos que 12 pertencen a comunidades autónomas representadas na sede dos xornais escollidos para este estudo. Hai que destacar que o Leche Río Breogán, representante galego na máxima categoría do baloncesto español, descendera a temporada anterior de categoría.

Pos	Equipo
1	TAU Cerámica
2	Real Madrid CF
3	DKV Joventut Badalona
4	Winterthur FC Barcelona
5	Akasvayu Girona
6	Gran Canaria Grupo Dunas
7	Pamesa Valencia
8	Unicaja Málaga
9	MMT Estudiantes
10	Lagun Aro Bilbao
11	CB Granada
12	Alta Gestión Fuenlabrada
13	Caja San Fernando
14	Polaris World Murcia

Pos	Equipo
15	ViveMenorca
16	Grupo Capitol Valladolid
17	Etosa Alicante
18	Bruesa Gipuzkoa

Táboa 13. Equipos participantes na Liga ACB 2006-2007 ordenados segundo a súa posición ao final da liga regular.

Así, sen representante galego en relación con *La Voz de Galicia*, o resto son:

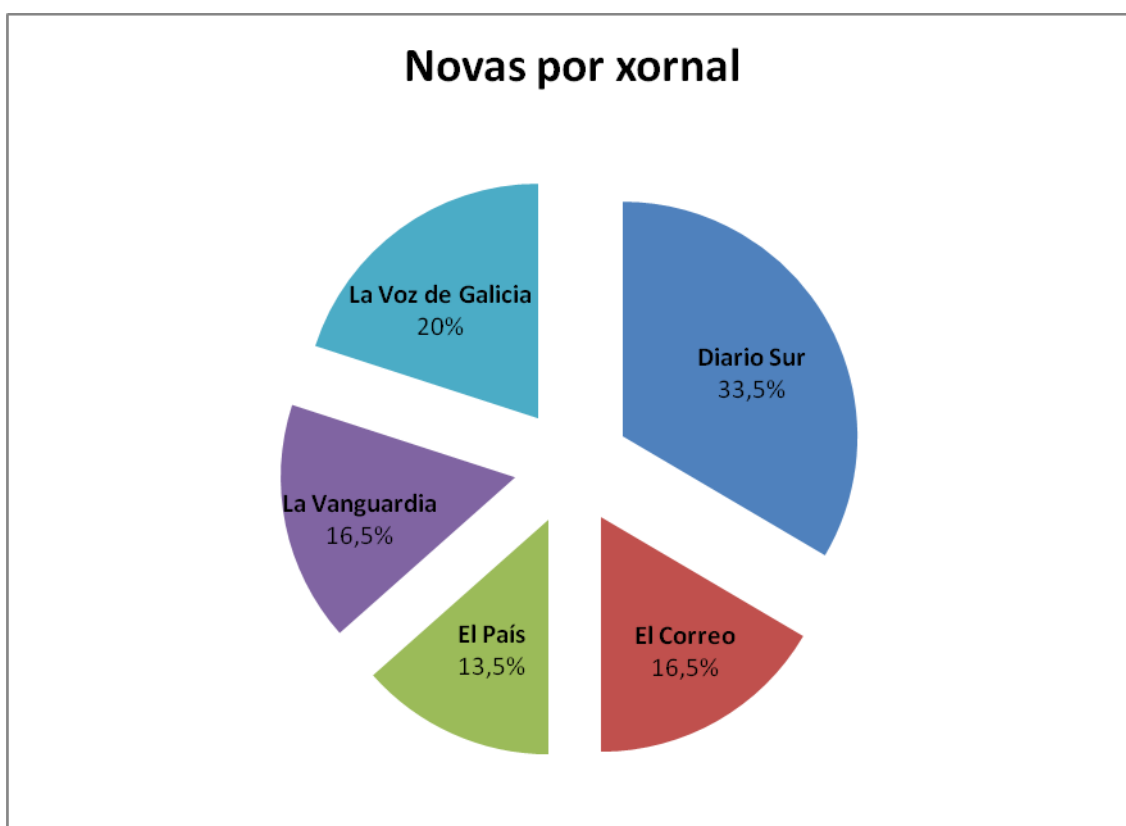
- Andalucía/*Diario Sur*: Unicaja Málaga, C.B. Granada e Caja San Fernando.
- Cataluña/*La Vanguardia*: DKV Joventut, F.C. Barcelona e Akasvayu Girona.
- Madrid/*El País*: Real Madrid C.F., MMT Estudiantes, Alta Gestión Fuenlabrada.
- País Vasco/*El Correo*: TAU Cerámica, Lagun Aro Bilbao, Bruesa Gipuzkoa.

A nivel internacional, o TAU Cerámica era representante español que máis lonxe chegaba nas competicións europeas –fora finalista na temporada 2004-2005 da Euroliga, onde caera derrotado no partido decisivo contra o equipo israelí Maccabi Tel-Aviv-. Mentres, a NBA vivía unha chegada continua e constante de xogadores españois. Dende o debut de Pau Gasol no

ano 2001 foran varios os baloncestistas españois que probaran sorte na liga norteamericana. Naquela temporada 2006-2007 competían na NBA Pau Gasol –Memphis Grizzlies-, José Manuel Calderón –Toronto Raptors-, Jorge Garbajosa –Toronto Raptors- e Sergio Rodríguez –Portland Trail Blazers- e Juan Carlos Navarro preparaba a súa chegada para ese mesmo ano 2007 pero na seguinte temporada, a 2007-2008.

6.2.1. Novas publicadas por xornal

O segundo período de análise vai dende o día 15 ao 28 de febreiro do ano 2007. Nesta fase computamos un total de 260 pezas xornalísticas sobre baloncesto publicadas polos cinco medios de comunicación sobre os que realizamos o estudo. Podemos comprobar como se dá un importante incremento en número de unidades de análise con respecto ao ano 2002, no que recolleramos 187 para o mesmo intervalo temporal.



Gráfica 42. Novas por xornal.

Diario Sur segue a ser o xornal que máis novas publica sobre baloncesto con 87. De feito, inclúe nas súas páxinas case o dobre de pezas xornalísticas sobre o deporte do aro ca calquera dos outros catro xornais estudados xa que *El Correo* publicou 43 novas, *El País* 35, *La Vanguardia* 43 e *La Voz de Galicia* 52. Hai que destacar a tendencia ao aumento na cantidade de

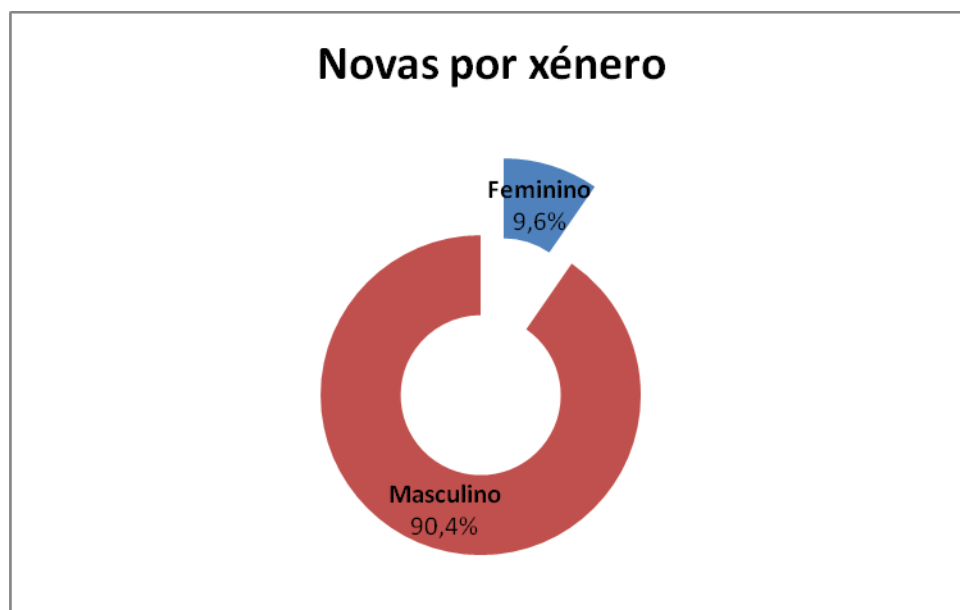
información publicada sobre baloncesto por todos os xornais analizados e destacar os casos do *Diario Sur* e de *La Voz de Galicia*.

Medio	Ano 2002	Ano 2007	Diferenza
Diario Sur	60	87	+27
El Correo	41	43	+2
El País	34	35	+1
La Vanguardia	26	43	+17
La Voz de Galicia	26	52	+26
TOTAL	187	260	+73

Táboa 14. Evolución do número de novas publicadas por xornal entre os anos 2002 e 2007.

Podemos observar unha clara tendencia dos xornais que menos novas publicaban no ano 2002 a aumentar considerablemente a cantidade das pezas no 2007 –*La Vanguardia* e *La Voz de Galicia*– ata chegar a situarse segundo e terceiro.

6.2.2. O xénero da modalidade deportiva e o número das novas publicadas



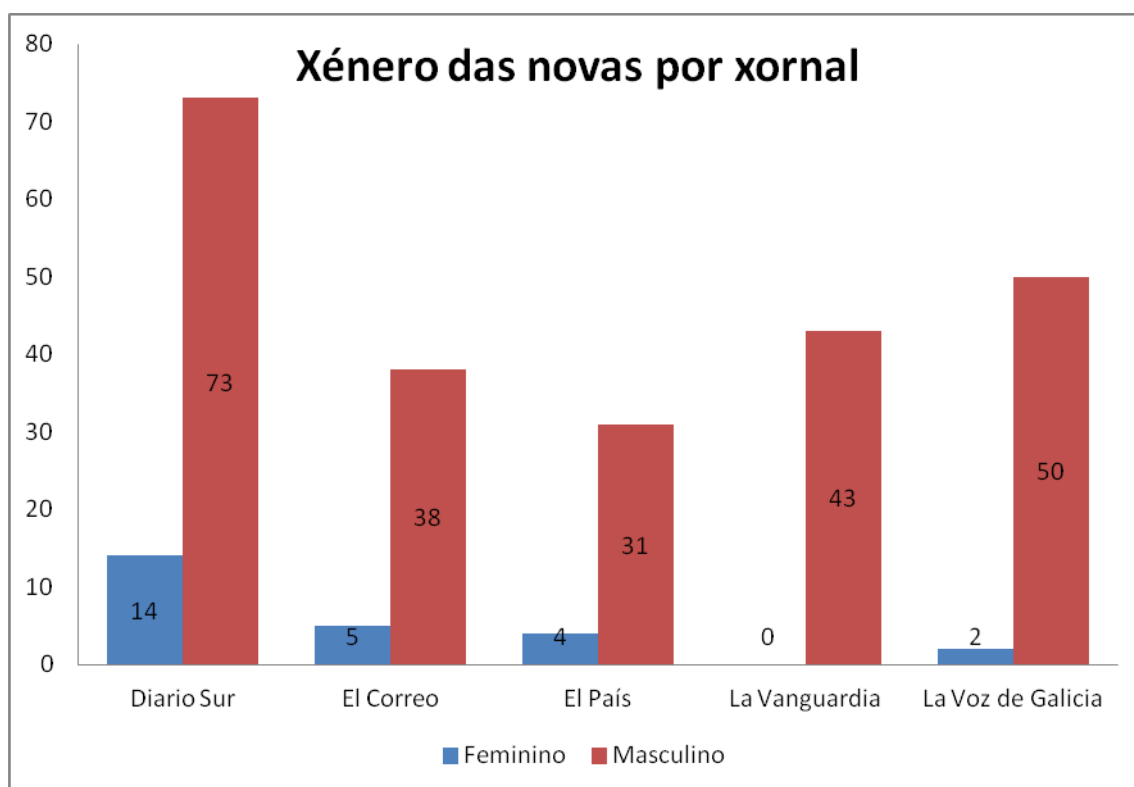
Gráfica 43. Porcentaxe de novas por xénero masculino ou feminino.

O baloncesto feminino segue a estar moi por debaixo con respecto ao baloncesto practicado por homes no que atinxe á súa visibilidade de cara ás audiencias a través dos medios de comunicación. No caso dos cinco xornais que nos ocupan, para este segundo período -2007-, vemos como a presenza nas páxinas do baloncesto feminino é moi baixa, bastante máis incluso ca no ano 2002 xa que pasamos dun 16,6% das pezas analizadas a un 9,6% para este ano 2007.

Medio	Número de noticias sobre baloncesto feminino publicadas
Diario Sur	14
El Correo	5
El País	4
La Vanguardia	0
La Voz de Galicia	2

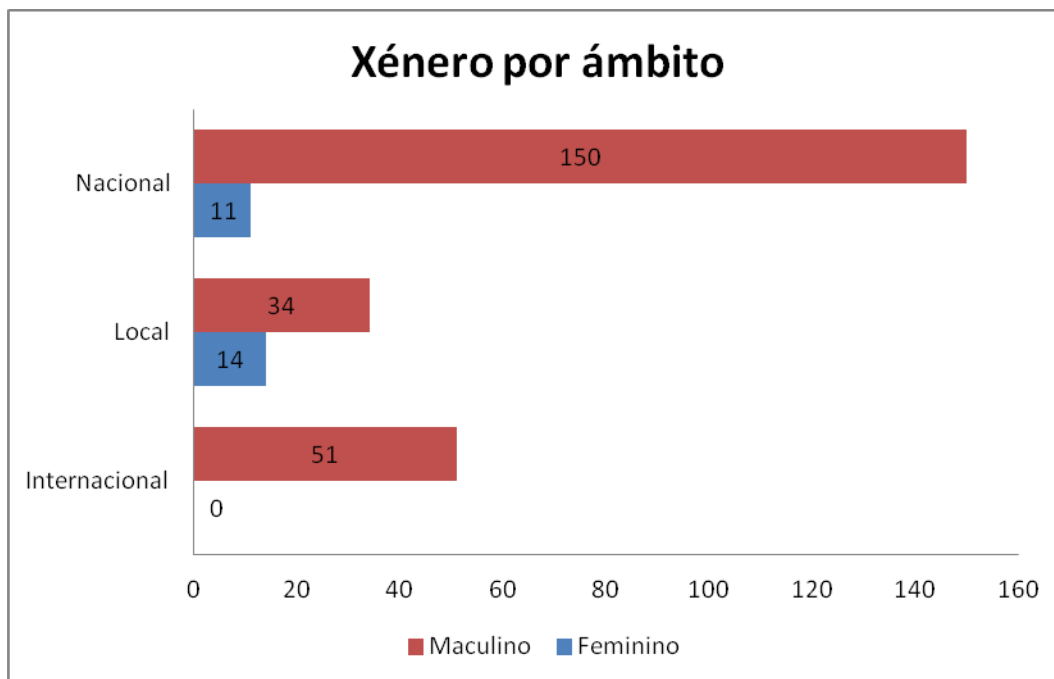
Táboa 15. Noticias femininas publicadas en cada medio.

Se facemos un repaso individualizado, o medio que máis novas publica sobre baloncesto é o *Diario Sur* -14-, recollendo esta condición de *El Correo*, que era o xornal que máis novas publicaba sobre baloncesto feminino no período temporal analizado no 2002 –recordemos que eran 13-. O resto dos xornais manteñen a tendencia á baixa ata deixar o cómputo total das informacións sobre o baloncesto de xénero feminino en 25 pezas, polas 31 recollidas no ano 2002. Na seguinte gráfica podemos ver, de xeito máis visual, o grande e grave desequilibrio que existe entre a publicación de novas sobre baloncesto masculino e baloncesto feminino por xornal no período de análise do ano 2007.



Gráfica 44. Xénero das novas por xornal.

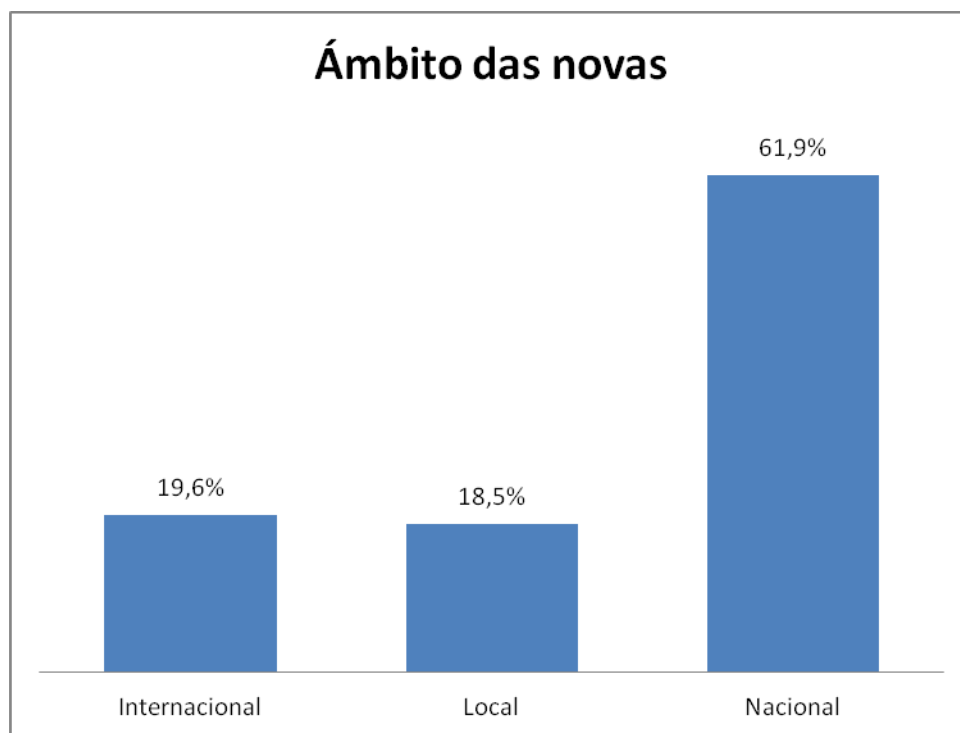
Especialmente relevante é o caso de *La Vanguardia* que, como vemos, mantén un 0 como dato representativo da publicación de novas sobre baloncesto feminino. Tamén son destacables as 4 pezas publicadas por *El País* con este contido de xénero feminino xa que as reduciu á metade con respecto ás 8 do ano 2002.



Gráfica 45. Xénero por ámbito.

No tocante ao ámbito baloncestístico das novas publicadas debemos destacar un cambio con respecto ao ano 2002. Neste ano 2007 o maior número de pezas publícanse tendo como referente o ámbito autonómico ou local mentres que no primeiro período do estudo o ámbito nacional era o que predominaba.

6.2.3. Ámbito xeográfico de referencia da competición das novas publicadas



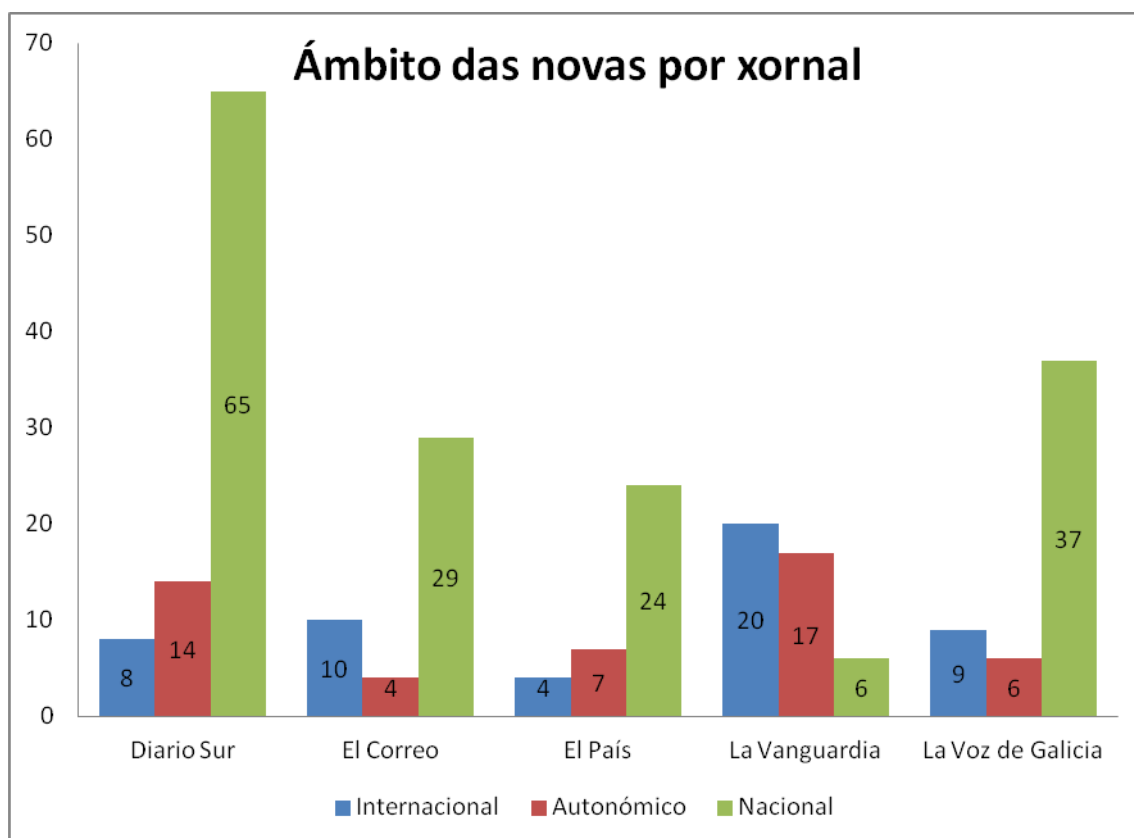
Gráfica 46. Ámbito das novas publicadas sobre baloncesto.

O ámbito baloncestístico das novas publicadas polos cinco xornais analizados no período que vai dende o 15 de febreiro ata o 28 dese mesmo mes do ano 2007 é, de xeito predominante, o nacional. Esta característica prolonga a tendencia evidenciada polos resultados para os datos recollidos no primeiro período deste traballo de investigación, no ano 2002.

É importante observar como o ámbito internacional segue a se manter arredor do 20%, sen cambios significativos con respecto ao 20,9% rexistrado para esta variable nos datos do ano 2002. Por que é importante? Porque no ano 2007 a dimensión do baloncesto español e dos seus xogadores xa é claramente internacional despois de conseguir conquistar o campionato do mundo de seleccións no ano 2006 en Xapón derrotando na final a Grecia por 47-70.

Ademais, o número de xogadores españois que participaban na NBA – considerada a mellor liga de baloncesto do mundo- medrara xa dende a chegada de Pau Gasol –Memphis Grizzlies- no ano 2001. No 2007 tamén participaban na liga norteamericana José Manuel Calderón –Toronto Raptors-, Jorge Garbajosa –Toronto Raptors- e Sergio Rodríguez –Portland Trail Blazers- e Juan Carlos Navarro estaba preparando a súa saída do F.B. Barcelona para dar o salto á NBA da man do equipo do seu amigo Pau Gasol, os Memphis Grizzlies.

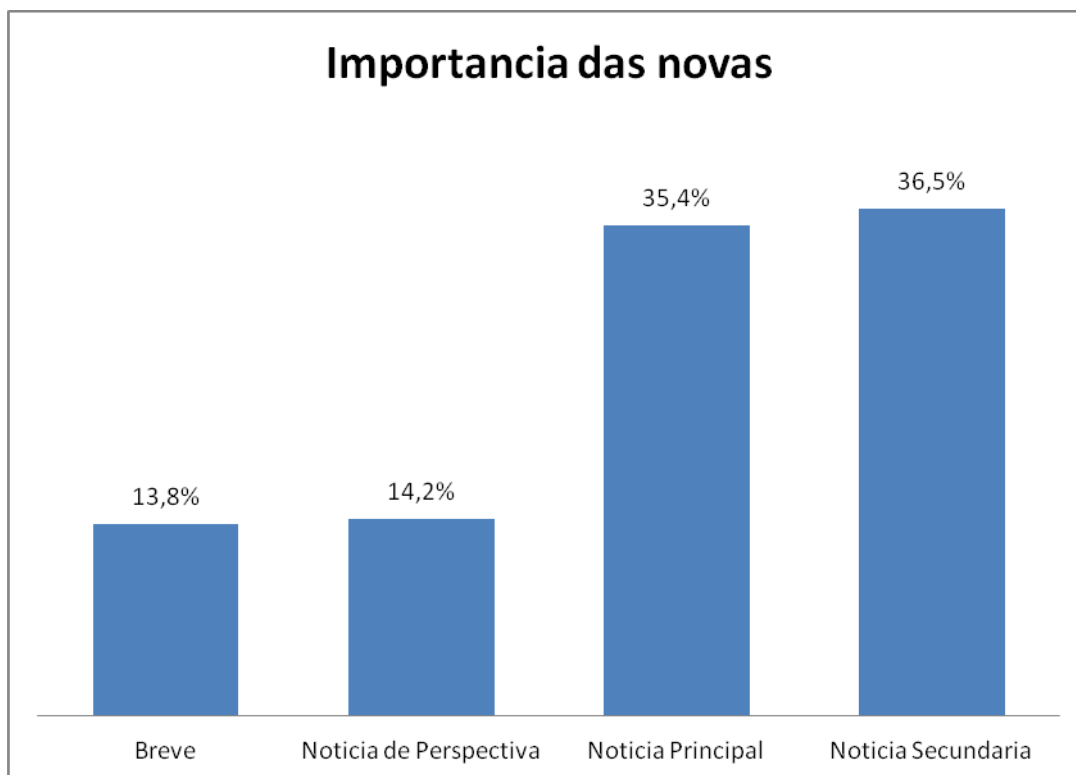
A tendencia do baloncesto como deporte, avalado polos éxitos acadados, era a internacionalizarse mentres que os xornais, como vemos, seguen a centrar neste ano 2007 os seus esforzos de visibilización da información sobre o deporte do aro no ámbito nacional.



Gráfica 47. Ámbito das novas por xornal.

Se atendemos aos datos sobre o ámbito da información sobre baloncesto publicada con respecto ao xornal que a publica vemos como *La Vanguardia* é o medio que máis novas internacionais publica –continuando a tendencia marcada no ano 2002- mentres que o resto dos xornais incluso baixan o número de pezas incluídas nas súas páxinas con referente internacional con respecto á primeira fase de análise a comezos da primeira década do presente século XXI.

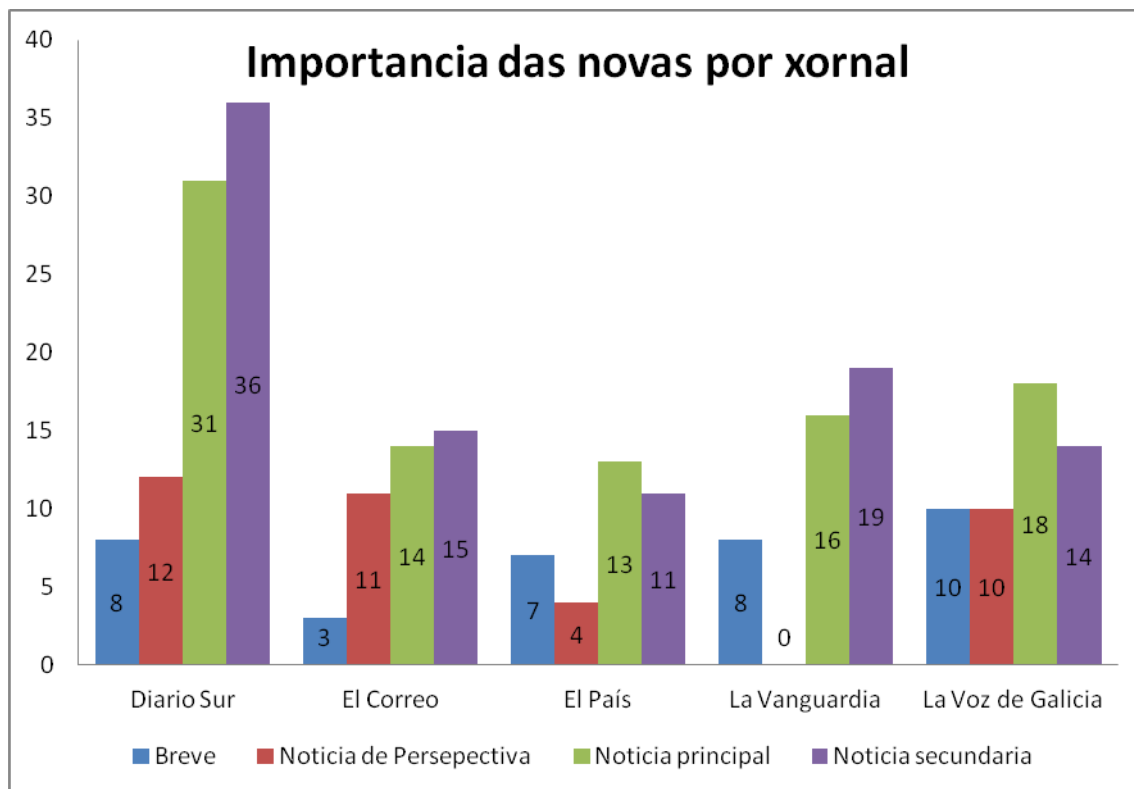
6.2.4. A importancia das novas sobre baloncesto



Gráfica 48. Importancia das novas publicadas sobre baloncesto.

Como amosa a gráfica anterior, o dato relativo á importancia que os medios de comunicación lle conceden á información sobre baloncesto mediante o posicionamento na páxina non varía moito con respecto aos datos do ano 2002. As novas secundarias seguen a encabezar a variable cun 36,5% e en segundo lugar continúan as noticias principais con máis do 35% subindo unhas décimas o seu peso específico con respecto aos datos da primeira quenda da análise cinco anos antes.

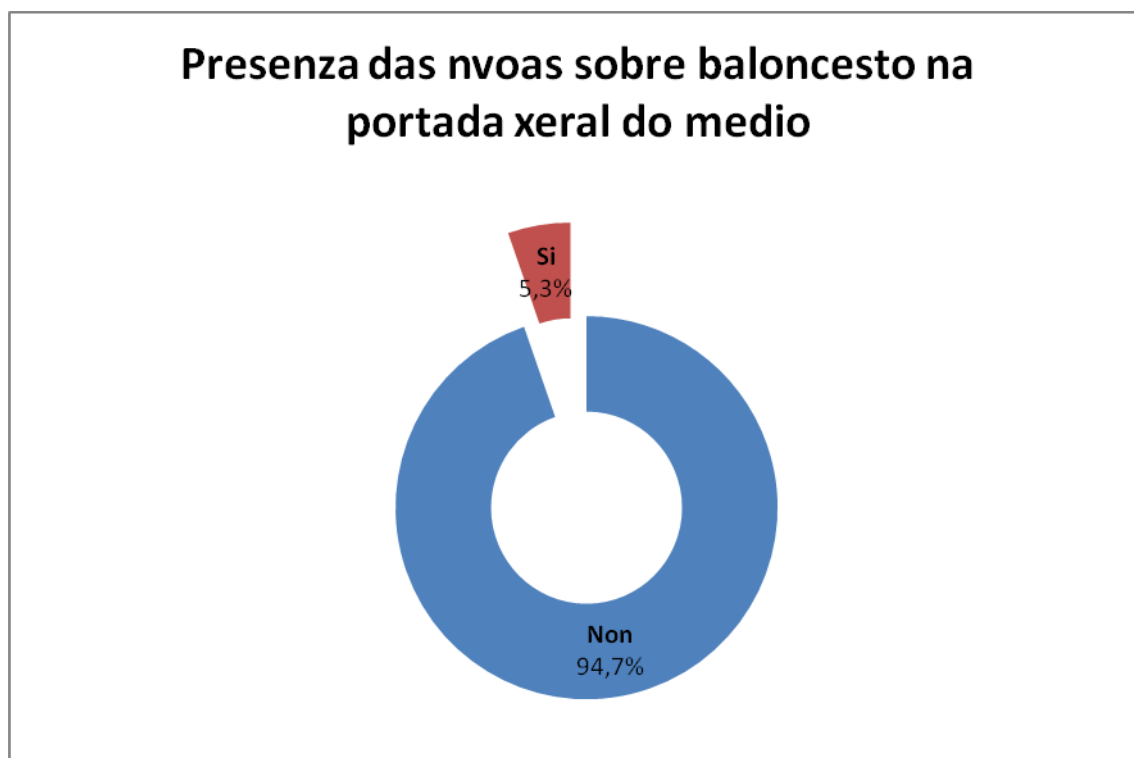
Hai que destacar a perda de peso das pezas breves e a subida experimentada polas novas de perspectiva, facendo equilibrar a porcentaxe entre estas dúas categorías ata o punto de chegar a case igualalas.



Gráfica 49. Importancia das novas por xornal.

Se miramos de xeito particular os datos por xornal nesta categoría relativa á importancia das novas vemos como o Diario Sur é o medio que máis noticias principais publica con case o dobre de casos nas súas páxinas ca calquera dos outros catro medios estudados. O xornal andaluz é, tamén, o que máis novas secundarias publica moi por enriba de calquera dos outros medios comandando, unha vez máis, as ratios de concesión de relevancia mediante a situación na páxina das pezas sobre baloncesto.

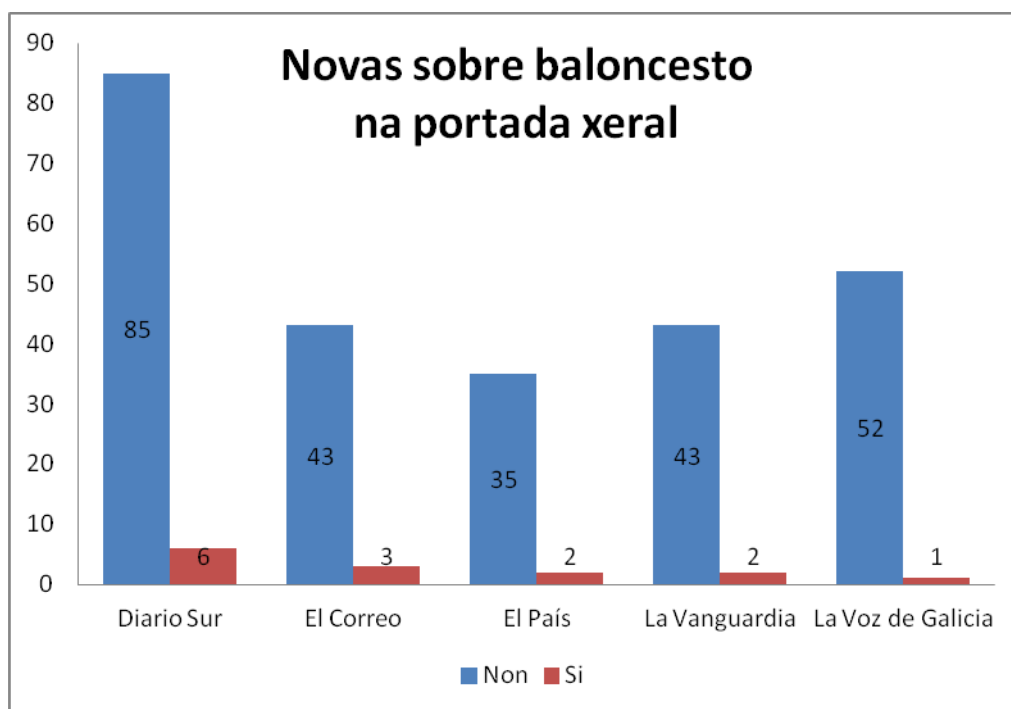
6.2.5. Presenza das novas sobre baloncesto nas portadas principais dos medios de comunicación analizados



Gráfica 50. Presenza das novas sobre baloncesto na portada xeral do medio.

Este apartado é importante para entender ata que punto os medios de comunicación analizados deron un salto cuantitativo e cualitativo na maneira de facer pública a información sobre o deporte do baloncesto.

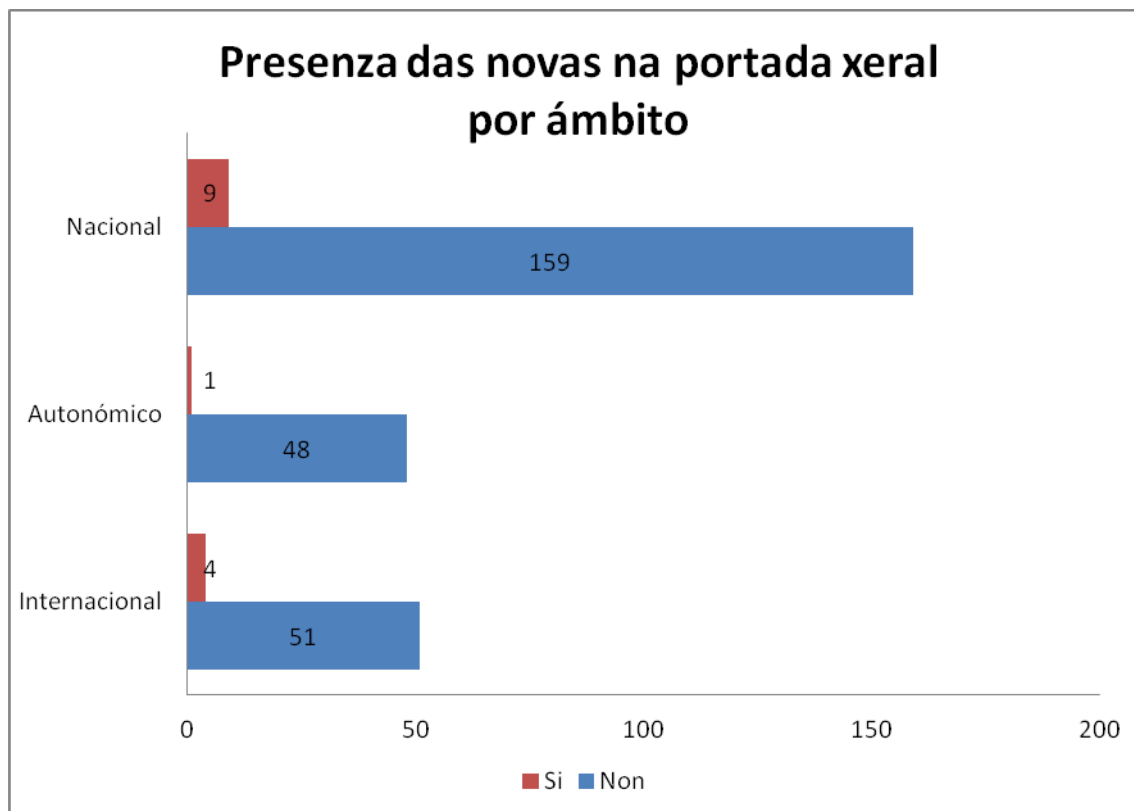
Vemos un aumento relevante dos casos nos que a información sobre baloncesto aparece na portada xeral do medio, o escaparate ou chamada de atención polo que os lectores deben interesarse polo xornal. O relevante é que se pasou dun 2,1% do ano 2002 a un 5,3% do 2007. Ademais hai que ter en conta que no primeiro caso, o total de pezas era de 187 mentres que neste segundo período de estudo a cantidade é considerablemente maior chegando a 260. É dicir, o incremento porcentual é notable pero máis aínda o absoluto xa que pasamos de 4 no ano 2002 a 14 no ano 2007.



Gráfica 51. Novas sobre baloncesto na portada xeral.

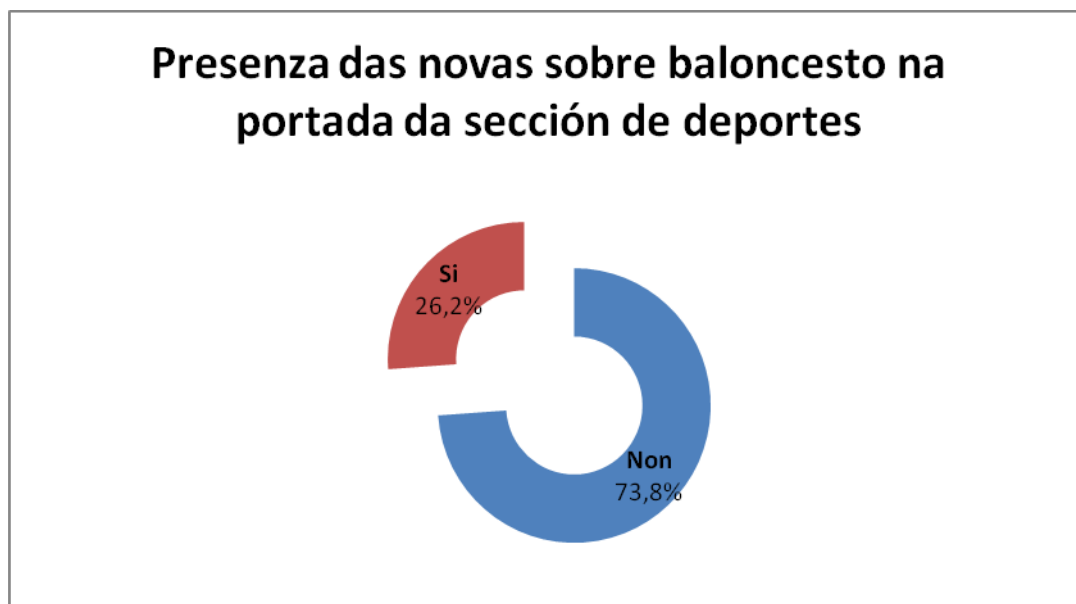
Se vemos os datos por xornal con respecto ao número de veces en que inclúen a información sobre baloncesto na súa portada temos ao Diario Sur encabezando, unha vez máis, o traballo de visibilización deste deporte con 6 casos. O importante é ver como todos e cada un dos cinco medios analizados incorporou, alomenos unha vez, algún tipo de referencia na portada xeral ao baloncesto durante as dúas semanas que constitúen a delimitación temporal da segunda fase do noso análise.

Neste caso, se nos detemos a analizar a que ámbito fan referencia as novas que os xornais incorporan na portada xeral vemos como o referente nacional é o predominante mentres que experimenta un importante incremento con respecto ao ano 2002 o ámbito internacional –pasa de 0 casos a 4-.



Gráfica 52. Presenza das novas na portada xeral por ámbito.

6.2.6. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes”

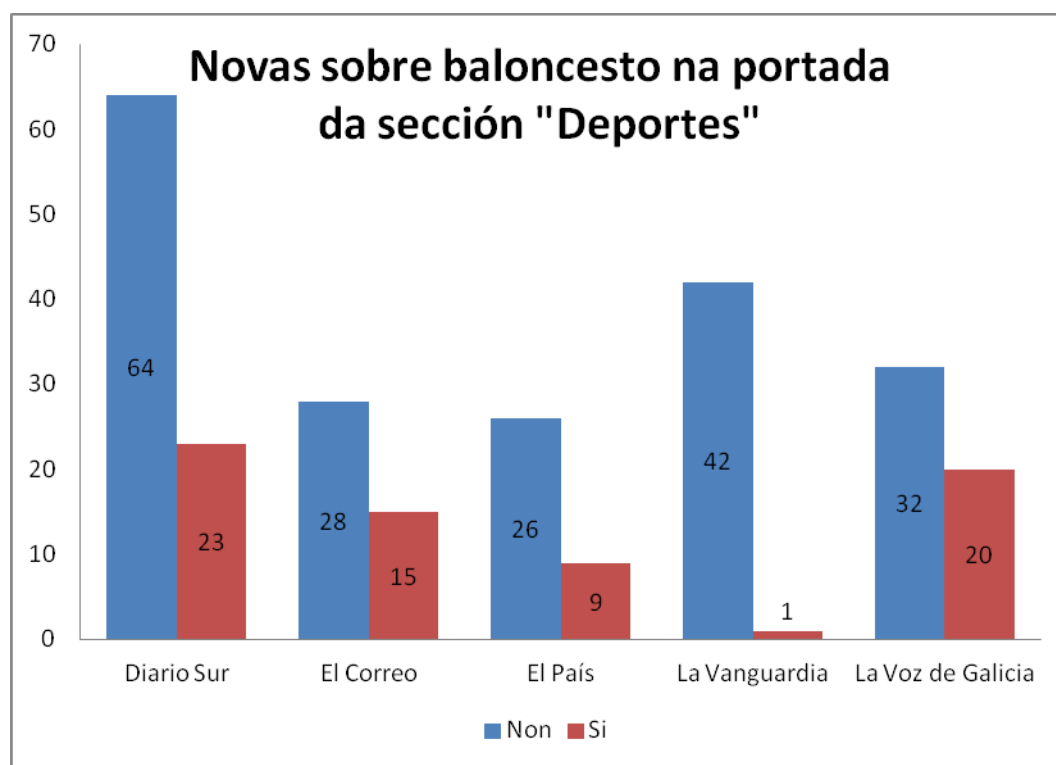


Gráfica 53. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes”.

Ao igual ca no caso da portada xeral do medio, no caso da portadiña interior da sección “Deportes”, as informacións sobre baloncesto experimentan un gran incremento no segundo período de análise. Así, no ano 2007, máis do 26% das informacións sobre baloncesto tiveron cabida na portada interior correspondente á temática deportiva o que supón unha gran variación con respecto ao 8% detectado na primeira fase do análise. Así, no ano 2002 o número de informacións sobre o deporte do aro que apareceron na portadiña interior da sección foi 15 mentres que no 2007 o número elevouse a 68.

Deste xeito, e como podemos comprobar na seguinte gráfica onde se amosan os datos recollidos por xornal, a importancia da información sobre baloncesto incrementouse dende a perspectiva do medio xa que se lle concede espazo na portadiña da sección “Deportes” dun xeito moito máis frecuente e reiterado. Isto ten moito que ver co éxito acadado polo equipo nacional no campionato do mundo de 2006 e no furor que se viviu en

España co combinado campión do mundo, cos seus integrantes e co deporte do aro en xeral nos meses posteriores á conquista do título mundial.

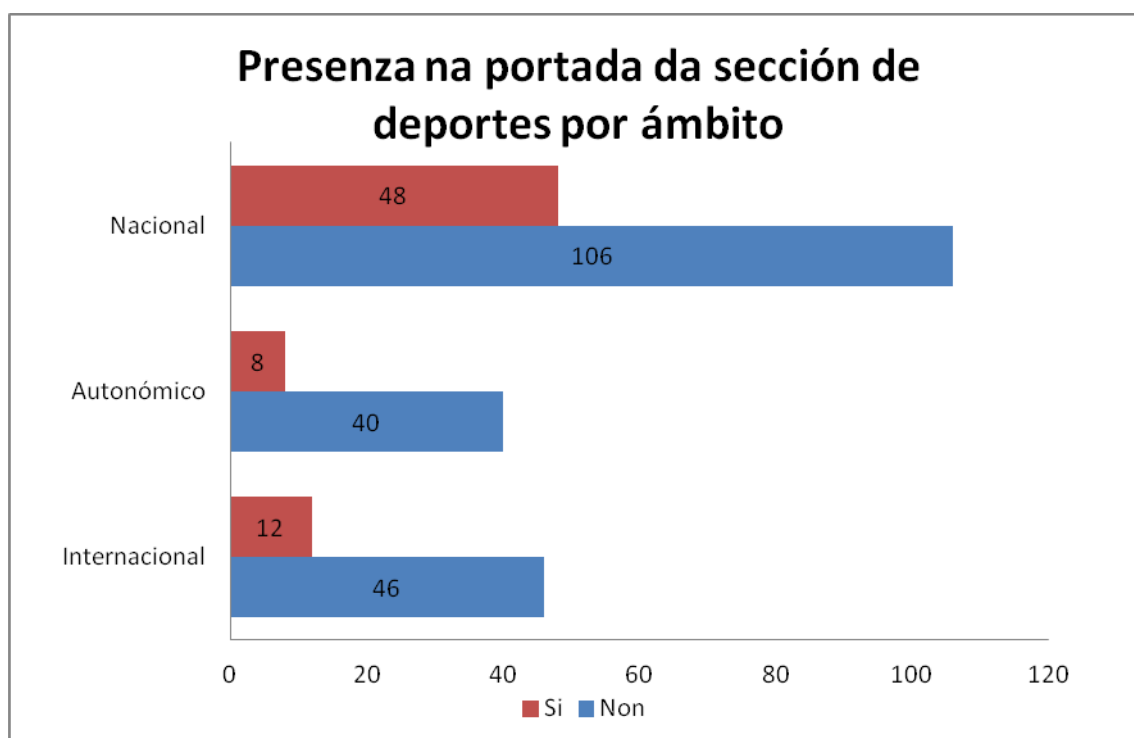


Gráfica 54. Novas sobre baloncesto na portada da sección "Deportes" por xornal.

No polo positivo destacan *Diario Sur*, como vemos na gráfica anterior, e *La Voz de Galicia* con 23 e 20 ocasións nas que levaron información sobre baloncesto á portadiña interior da sección "Deportes" mentres que, no polo negativo, podemos ver como *La Vanguardia* só lle concede ese privilexio nunha ocasión e *El País* en 9. É curioso comprobar como o xornal catalán eleva á súa portada xeral dúas informacións sobre o baloncesto –como vimos na epígrafe anterior- mentres que na portadiña interior da sección temática do deporte tan só o fai nunha ocasión.

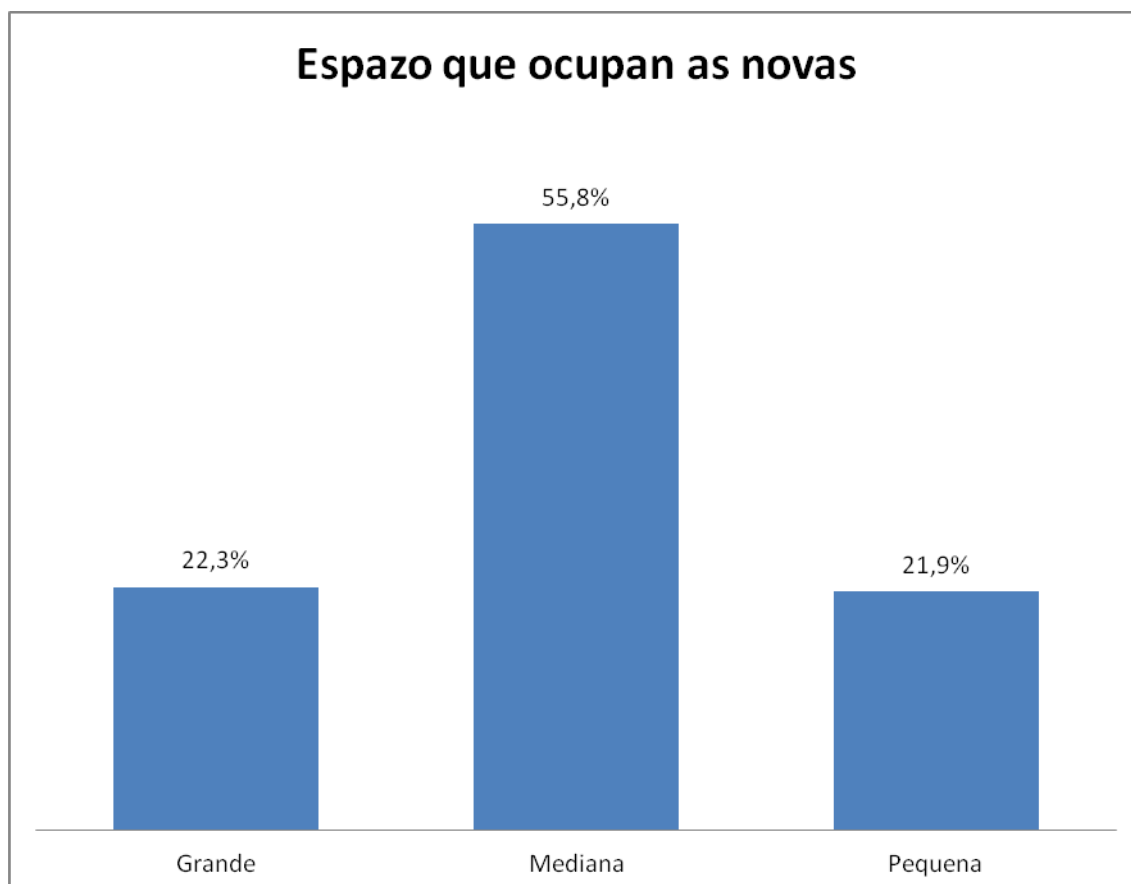
Finalmente, se botamos man dos datos que obtemos ao cruzar as variables da informacións sobre baloncesto que apareceron na portadiña interior da sección "Deportes" coa variable do ámbito vemos como o referente nacional

predomina con moita amplitude sobre internacional e con maior distancia sobre o autonómico ou local.



Gráfica 55. Presenza das novas na portada da sección de deportes por ámbito.

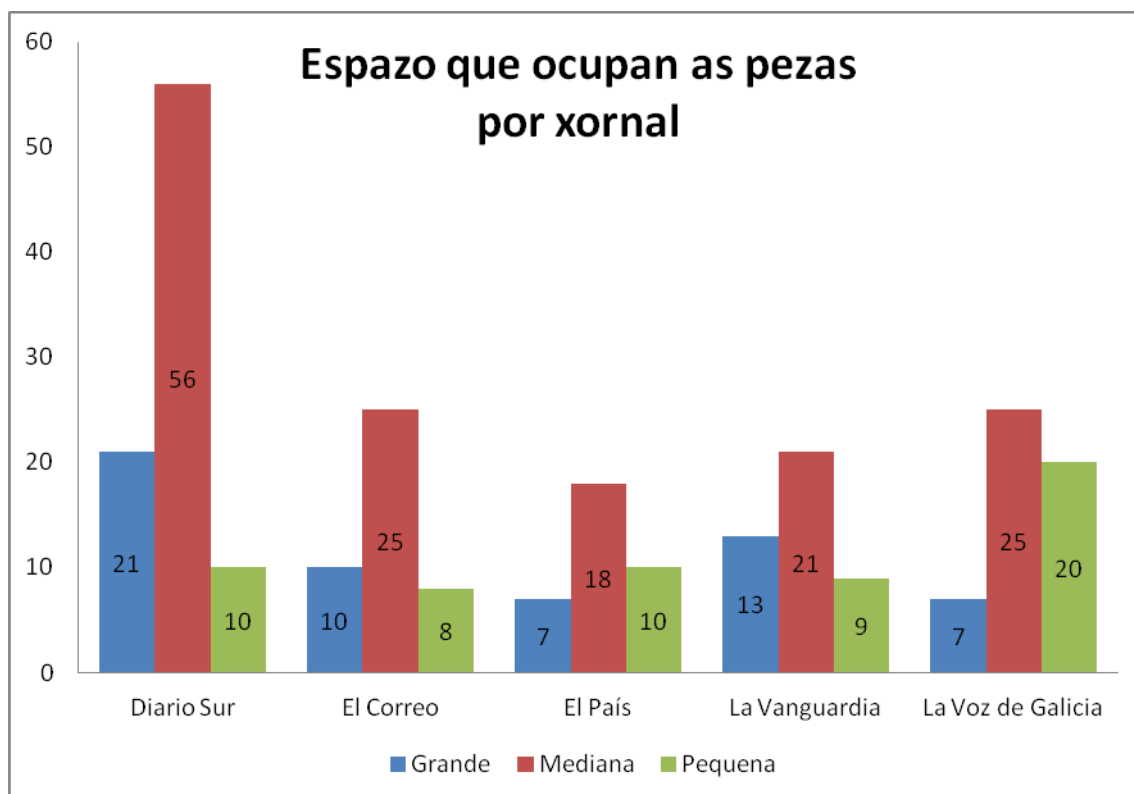
6.2.7. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto nas páxinas do xornal



Gráfica 56. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto na páxina do xornal.

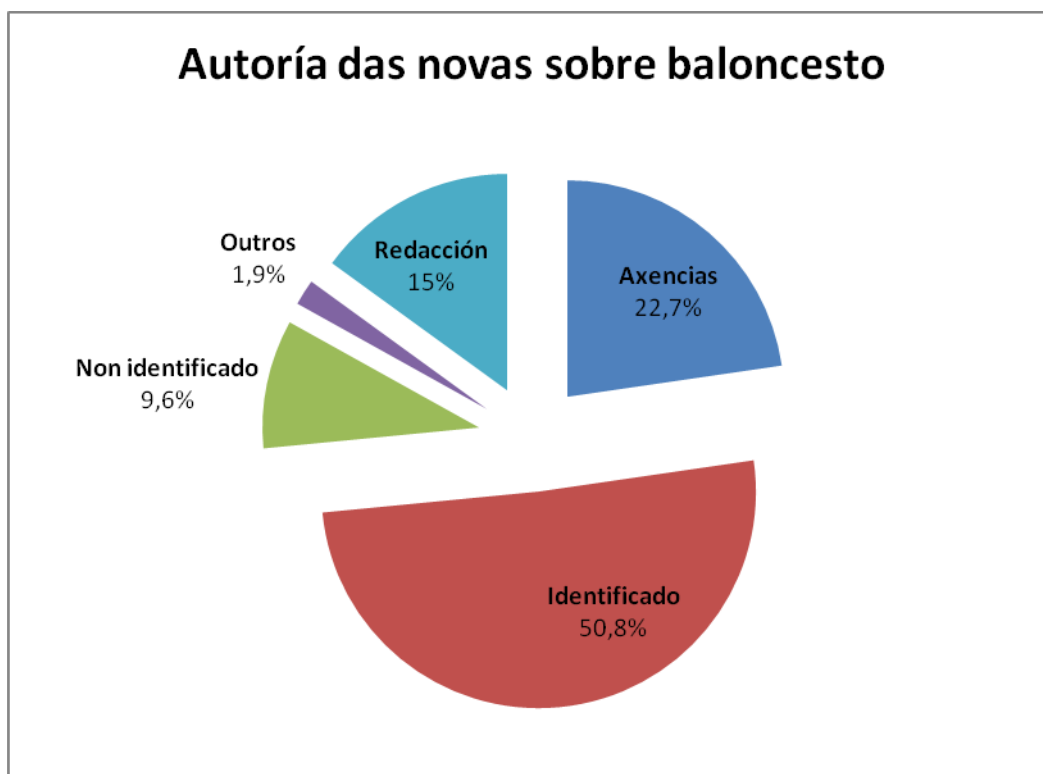
O espazo que ocupan as novas sobre baloncesto na páxina tamén é un bo instrumento para medir a cantidade de información que se publica en cada peza e, polo tanto, o traballo que implicou ao xornalista e, á súa vez, os recursos que o medio considerou que era necesario implicar no tratamento desta información. Na gráfica anterior vemos como as pezas medianas dominan a categoría mentres que as grandes superan por moi pouco ás pequenas. Este último é un gran cambio con respecto aos datos obtidos na análise do ano 2002 xa que nese primeiro período de estudo as pezas pequenas superan moi claramente ás grandes -31,6% por 21,9%- mentres que este ano as pezas grandes comezan a coller máis relevancia cás pequenas aínda que, iso si, a moita distancia das medianas.

Como vemos na seguinte gráfica, *Diario Sur* é o medio que máis pezas grandes e medianas publica, dominando outro aspecto positivo para a información sobre baloncesto nos medios de comunicación xeralistas empregados nese traballo de investigación.



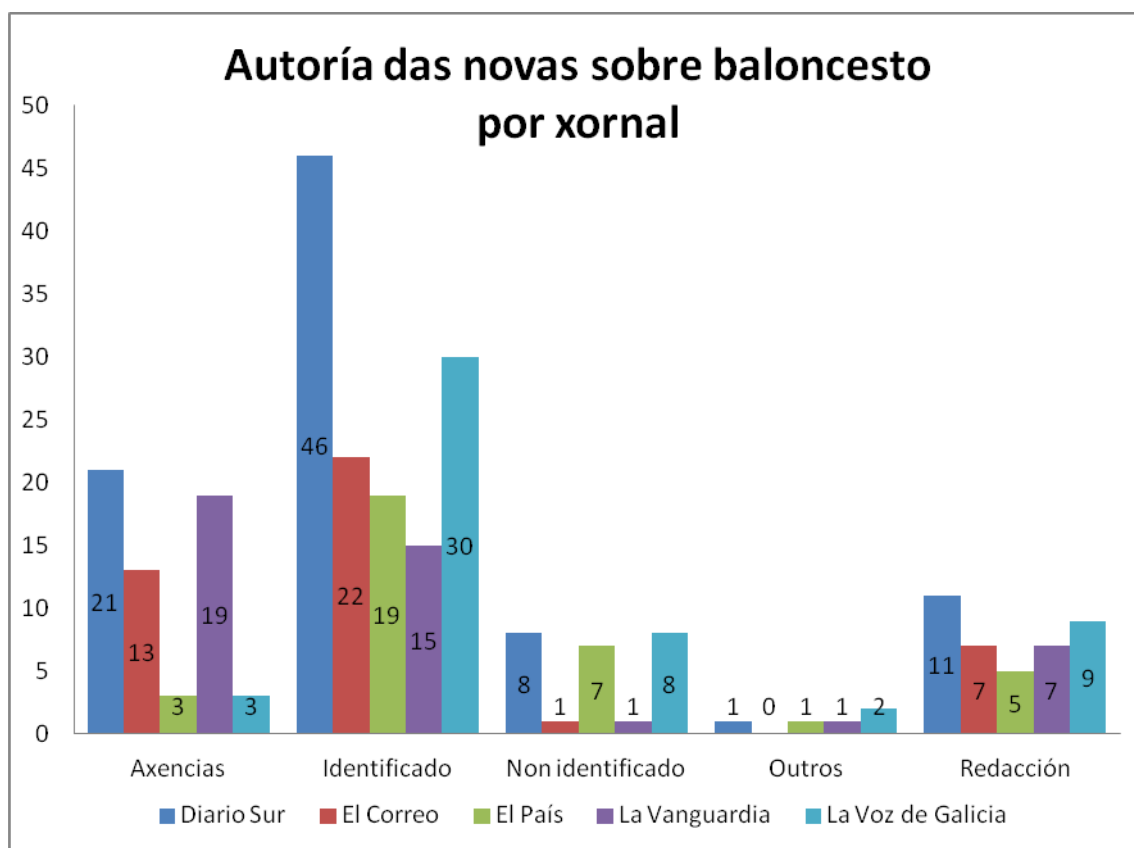
Gráfica 57. Espazo que ocupan as pezas por xornal.

6.2.8. Autoría das novas publicadas sobre baloncesto



Gráfica 58. Autoría das novas sobre baloncesto publicadas.

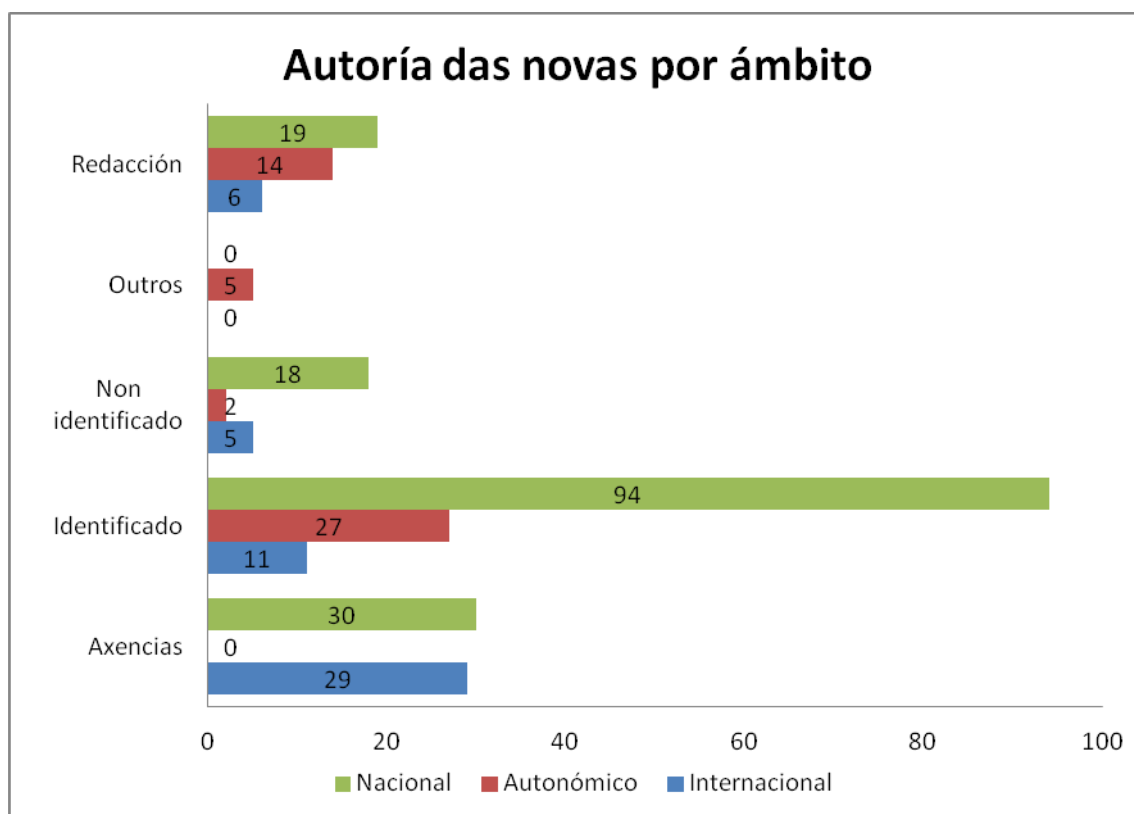
No período de análise correspondente ao ano 2007 e relativa á autoría das informacións sobre baloncesto que son publicadas nos cinco medios obxecto de estudo podemos concluír que na maior parte dos casos é un xornalista o que asina cada peza con nome e apelidos mentres que a información de axencia descende considerablemente con respecto aos datos recollidos no ano 2002 -22,7% neste caso por 28,9% no anterior-.



Gráfica 59. Autoría das novas sobre baloncesto por xornal.

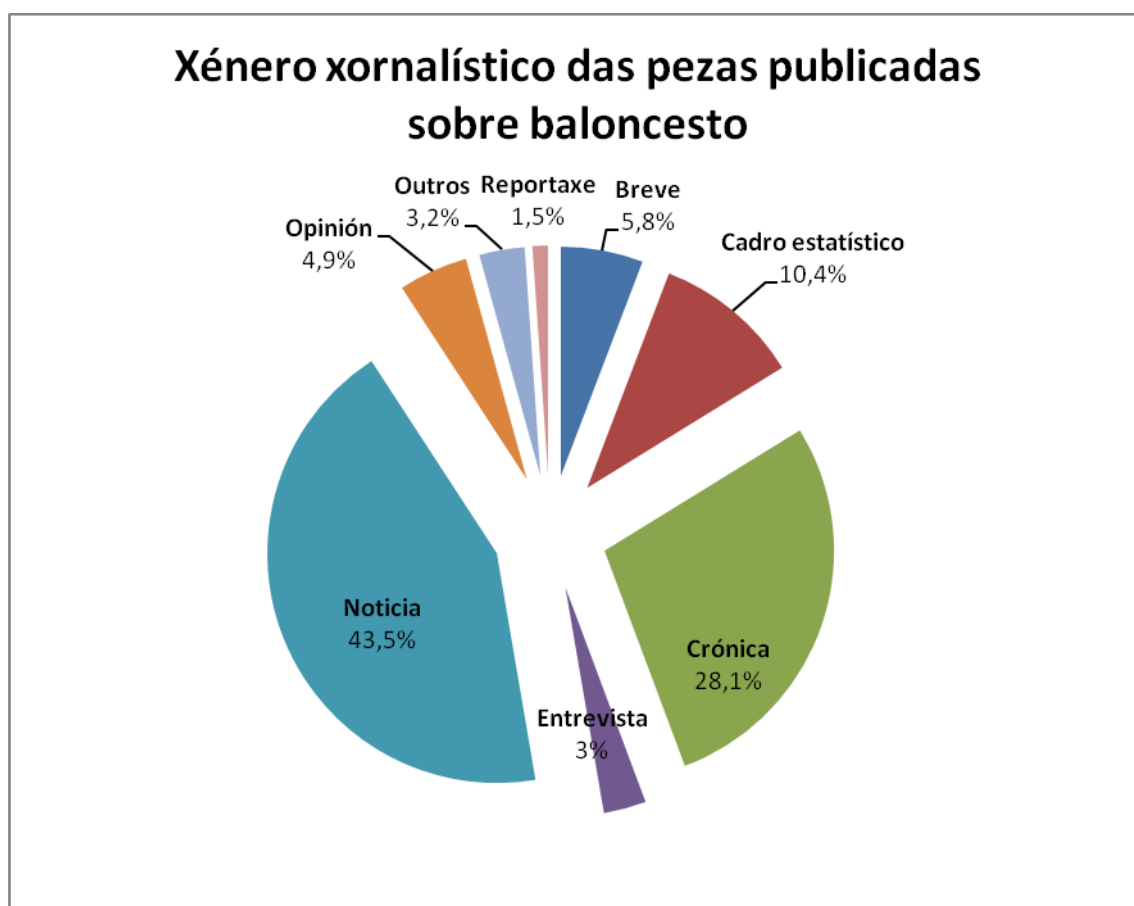
Diario Sur é o xornal que máis informacións publica nas que asina un xornalista con nome e apelidos, caso das identificadas. Neste senso vemos un gran incremento do medio galego *La Voz de Galicia* con respecto ao ano 2002 no que, como viamos, se quedaba en 9 casos polos 30 do 2007. Este feito fala da maior implicación deste xornal á hora de destinar recursos para cubrir a información sobre o deporte do aro.

Finalmente, e guiándonos polos datos que se observan na seguinte gráfica, vemos como a gran maioría das novas que están asinadas por xornalistas da redacción con nome e apelidos pertencen, ao igual que acontecía no ano 2002, ao ámbito nacional.



Gráfica 60. Autoría das novas por ámbito.

6.2.9. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto

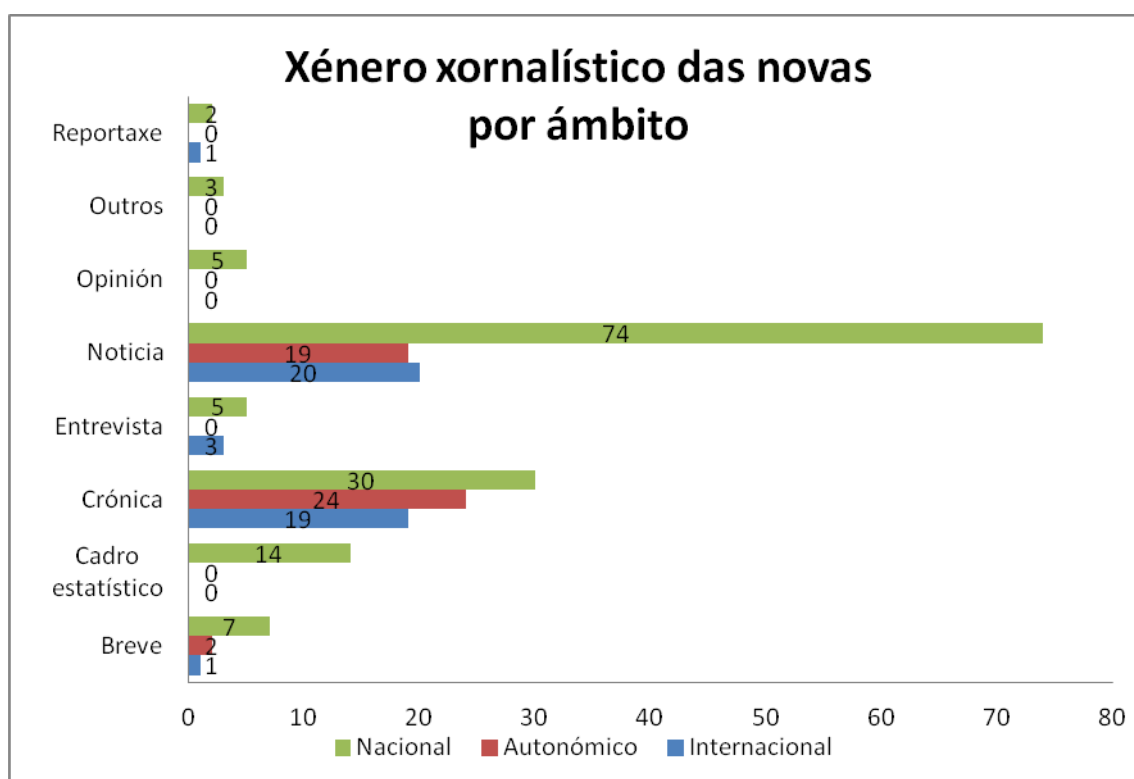


Gráfica 61. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto.

No período analizado no ano 2007 vemos que predominan as noticias como xénero xornalístico de referencia para comunicar a información sobre baloncesto. En segundo lugar sitúanse as crónicas, o xénero por excelencia deportivo xa que é do que se vale o xornalista para narrar os acontecementos deportivos.

Importante é a entrada en escena, cun 3%, das entrevistas. Máis relevancia toma este dato se o comparamos co obtido no estudo do período de 2002 onde a porcentaxe de entrevistas era de 0,5% sobre o total de pezas – recordemos que para esa primeira fase foron recollidas 187-.

É dicir, no ano 2007 o 3% de pezas recollidas sobre as 260 totais foron entrevistas. Obsérvase un incremento substancial que, cremos, vén derivado do afán de personalización do éxito do deporte do baloncesto a través da visibilización dos seus actores principais mediante entrevistas. Así, atopamos varias conversas de xornalistas con xogadores que participaron na consecución do campionato do mundo no ano 2006. Neste senso, collen especial relevancia, como vemos na seguinte gráfica, as entrevistas a nivel nacional –pasan de 0 no ano 2002 a 5 no ano 2007- pero tamén as de ámbito internacional –pasan de 0 a 3-. Neste último caso ten moito que ver coa presenza de xogadores españois na NBA e con que estes forman parte tamén do grupo que se proclamou campión do mundo un ano antes.



Gráfica 62. Xénero xornalístico das novas por ámbito.

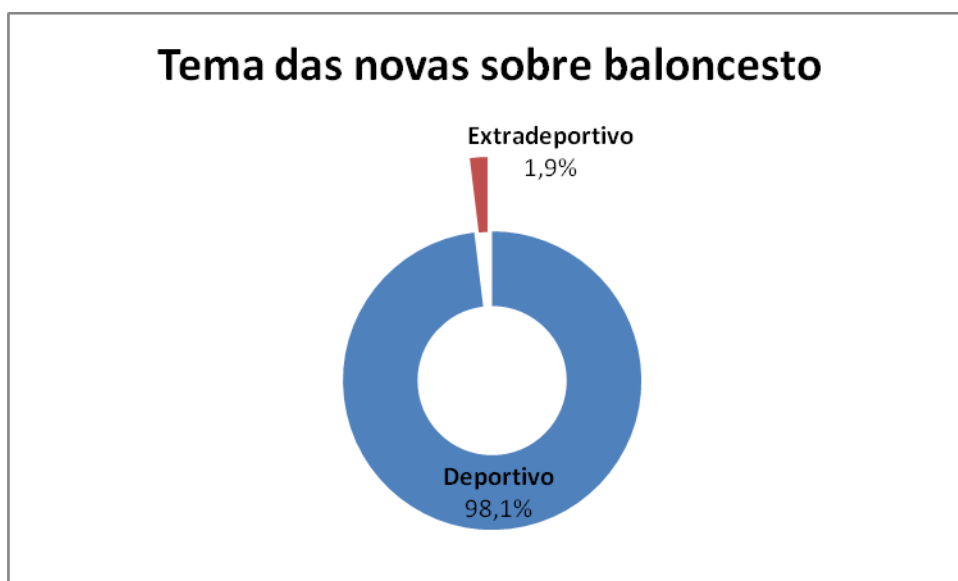
Se observamos a evolución na publicación de reportaxes e entrevistas a través dos datos recollidos nos cinco xornais obxecto de estudo nos anos 2002 e 2007 veremos a evidencia dun gran cambio –expresado, dun xeito evidente e máis marcado, no caso das entrevistas. A información sobre

baloncesto foi publicada en forma de reportaxe 4 veces no ano 2002 por 3 no ano 2007 mentres que no primeiro período se publicou 1 entrevista por 8 no segundo. Neste senso tamén debemos destacar o caso de *La Vanguardia* que non publica ningunha reportaxe nin entrevista nos dous períodos de análise comentados ata o momento.

Medio	Reportaxes		Entrevistas	
	2002	2007	2002	2007
Diario Sur	2	1	0	3
El Correo	0	1	1	2
El País	1	0	0	1
La Vanguardia	0	0	0	0
La Voz de Galicia	1	1	0	2
TOTAL	4	3	1	8

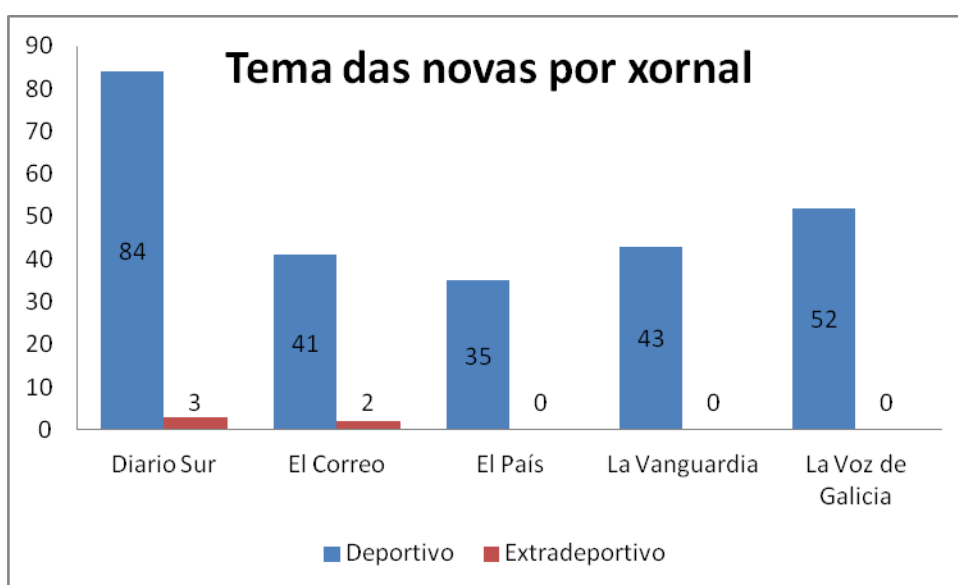
Táboa 16. Reportaxes e entrevistas que publica cada un dos medios analizados nos anos 2002 e 2007 entre os días 15 e 28 de febreiro

6.2.10. Tema das novas sobre baloncesto



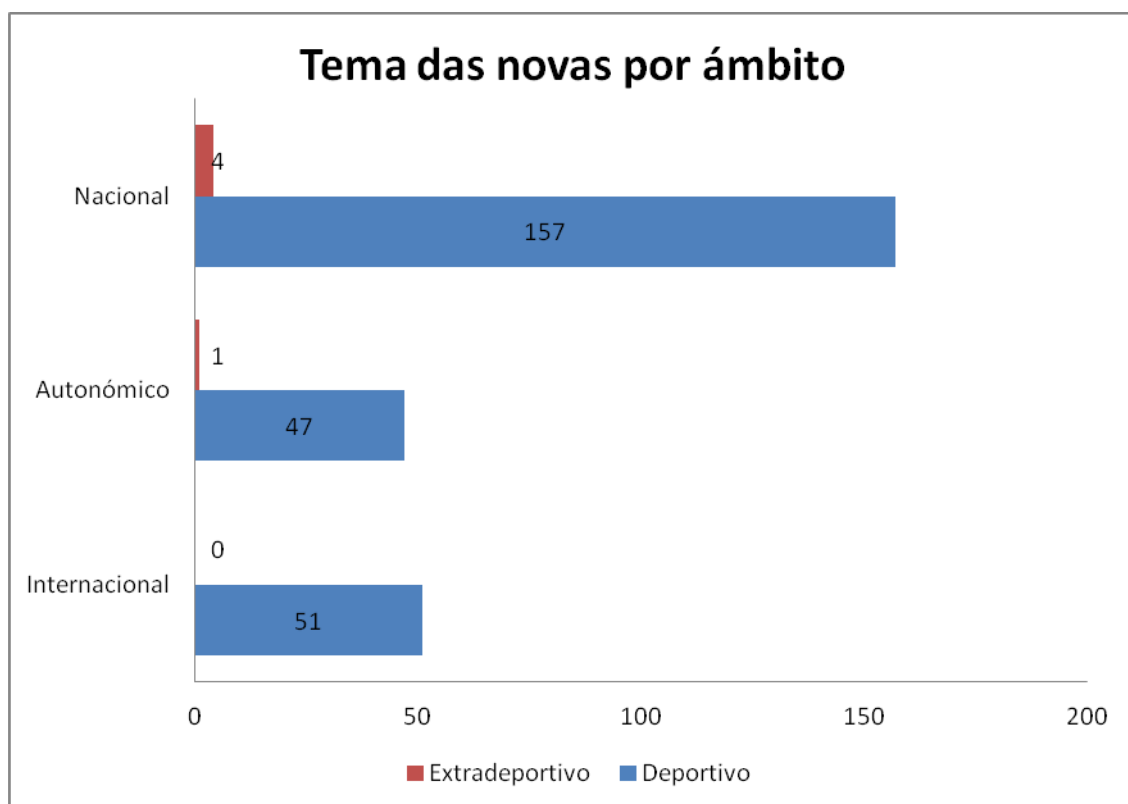
Gráfica 63. Tema das novas sobre baloncesto.

Como vemos na primeira gráfica desta epígrafe, o tema das novas sobre baloncesto continúa a ser exclusivamente deportivo na práctica totalidade dos casos con máis dun 98%. Isto fala dunha escasa implicación dos medios de comunicación á hora de observar, analizar e interpretar as evidentes e necesarias relacións que o deporte do aro traça con outros sectores como poden ser o político, o económico ou o social.



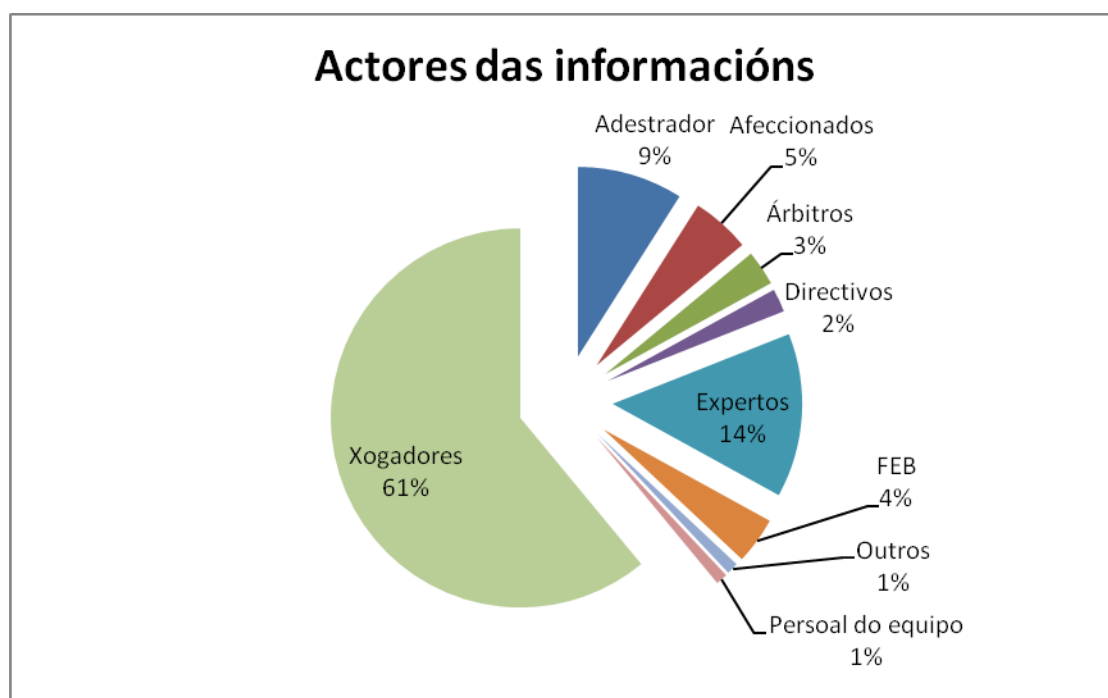
Gráfica 64. Tema das novas por xornal.

Esta tendencia mantense con respecto ao ano 2002 e, aínda máis, acentúase xa que pasa do 97,3% ao 98,1%, como puidemos ver. Se miramos que xornais foron os que publicaron algunha peza cunha temática principal diferente á deportiva atopámonos con *Diario Sur* con 3 casos e *El Correo* con 2, mantendo o xornal andaluz a primeira posición do 2002 con respecto a esta variable. Así mesmo, como comprobamos na seguinte gráfica, o ámbito das novas que se publican con temática extradeportiva continúa a ser nacional de xeito predominante.



Gráfica 65. Tema das novas por ámbito.

6.2.11. Actores e fontes das informacións sobre baloncesto

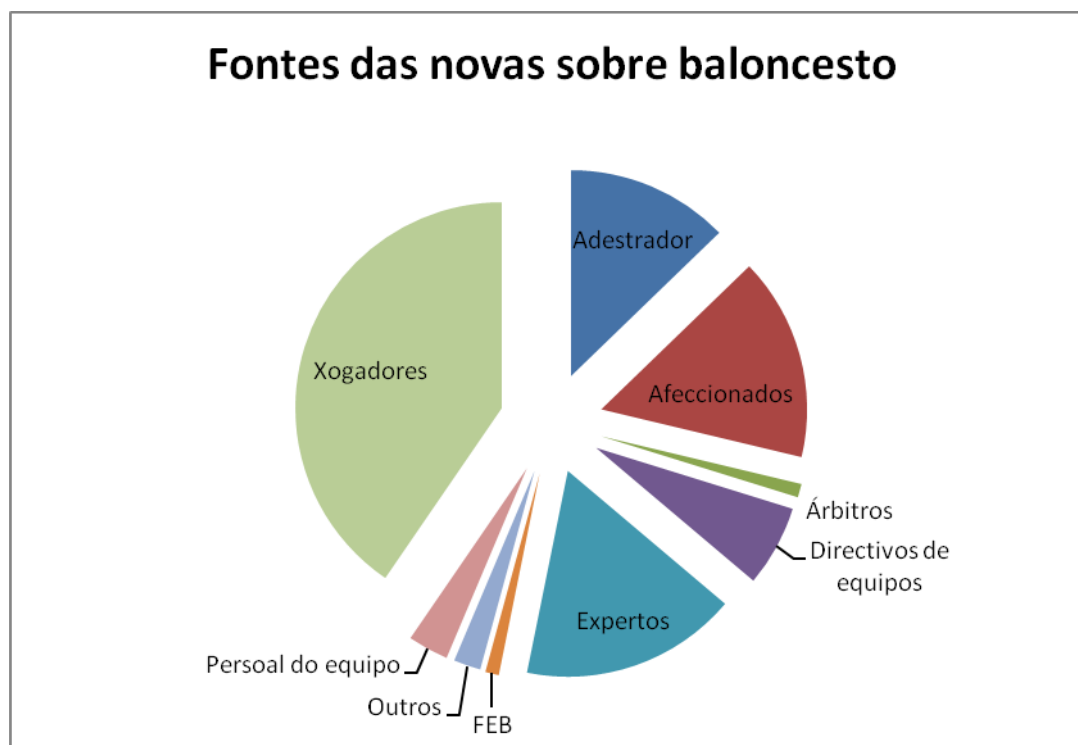


Gráfica 66. Actores das informacións sobre baloncesto.

No ano 2007, os xogadores seguen a ser os actores principais das informacións, continuando a tendencia a centrar nos protagonistas da actividade deportiva as noticias publicadas, tal e como podemos ver na anterior gráfica. Porén, nesta segunda anualidade do estudo debemos reparar no segundo chanzo da clasificación dos actores para ver como o colectivo de expertos se sitúa á cabeza entre as restantes variables cun 14%. Isto é relevante pois indica que o aumento no apartado dos xéneros xornalísticos experimentado polos xéneros de tratamento da información en profundidade –reportaxes e, poderíamos dicir tamén, entrevistas- trouxo consigo un aumento no reclamo de actores expertos que pasan a protagonizar as pezas sobre baloncesto que publican os cinco medios analizados.

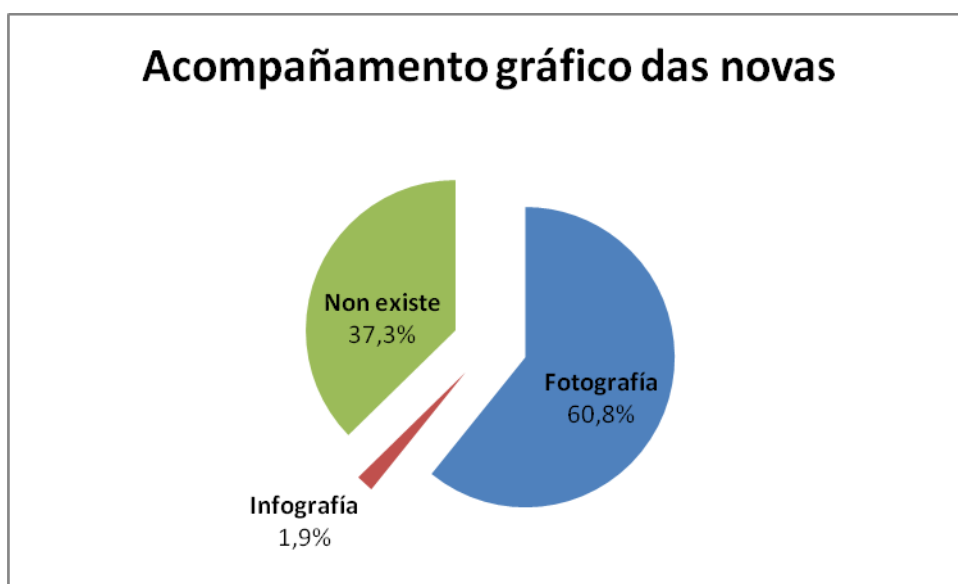
Pero, de entre os actores, quen fala? Pois ben, como vemos na seguinte gráfica temos as fontes que máis aparecen son os xogadores e os adestradores. O cambio substancial aparece na terceira posición onde

aparecen como fontes de importancia –polo número- e de relevancia –pola calidade de información que aporta a pezas que tratan a información en profundidade- os expertos. Este cambio vén precedido pola incorporación das reportaxes como xénero con certo impacto como vimos na epígrafe 6.2.9.



Gráfica 67. Fontes das informacións sobre baloncesto.

6.2.12. Diversas variables relativas ao acompañamento gráfico das novas publicadas sobre baloncesto

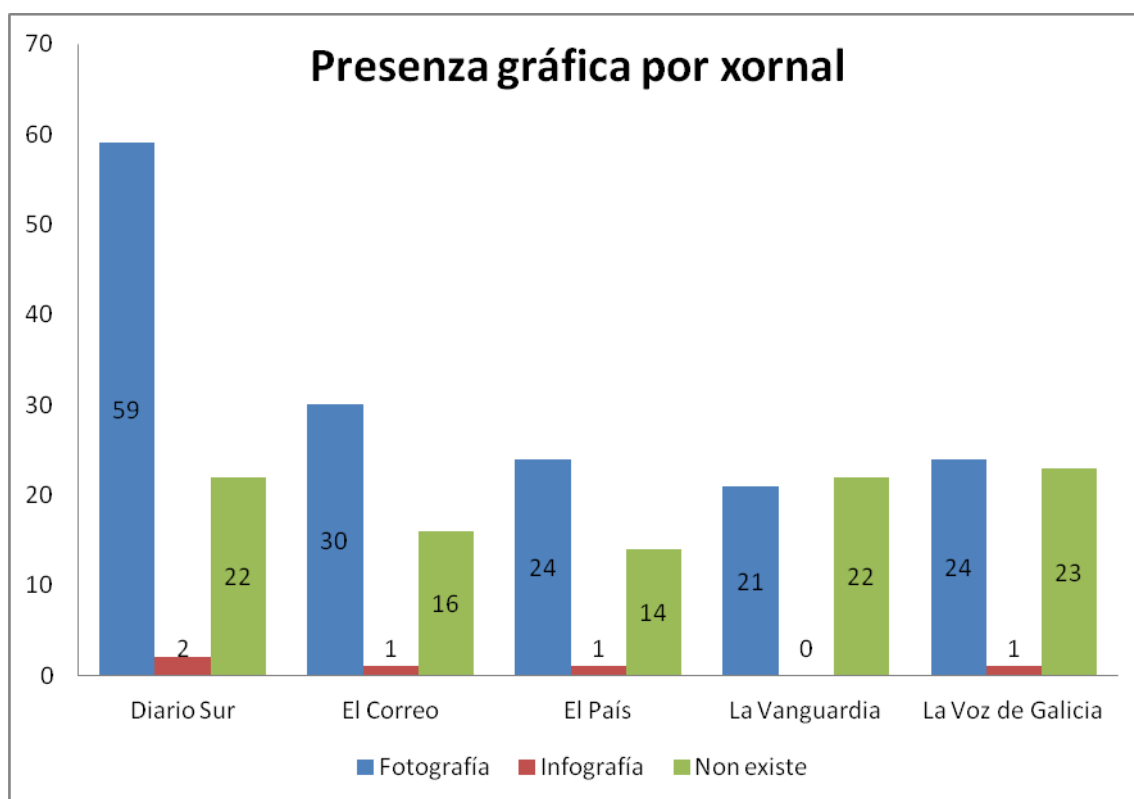


Gráfica 68. Acompañamento gráfico das novas.

Durante as dúas semanas nas que recollemos pezas publicadas polos medios de comunicación analizados publicouse un bo número de fotografías, ao igual que acontecera no ano 2002, como puidemos ver. Neste caso, máis do 60% das novas levaban algún acompañamento gráfico e era, particularmente, de tipo fotográfico nun 60,8% dos casos.

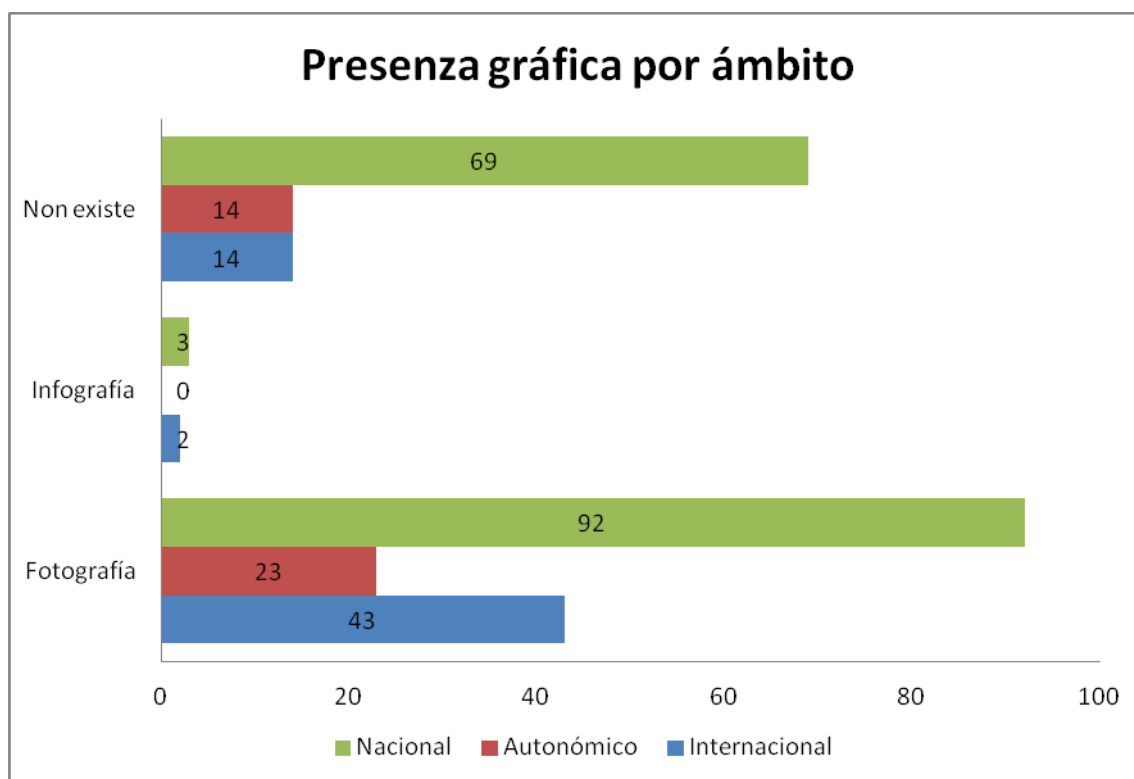
É importante observar como neste ano 2007 aparecen as infografías como elemento a destacar. No ano 2002 todo o acompañamento gráfico referenciado eran fotografías. Neste segundo período de análise atopamos casos nos que os medios de comunicación realizan un esforzo importante en canto a recursos humanos e técnicos e elaboran grafismos complexos relativos á información sobre baloncesto. Destacamos que, ademais, as infografías están asinadas por xornalistas da redacción na totalidade dos casos e non se corresponden con material de axencia polo que se confirma ese interese en producir contidos cunha maior carga de traballo dada a súa

complexidade para un ámbito coma o deportivo e, concretamente, para pezas que teñen que ver o deporte do aro.



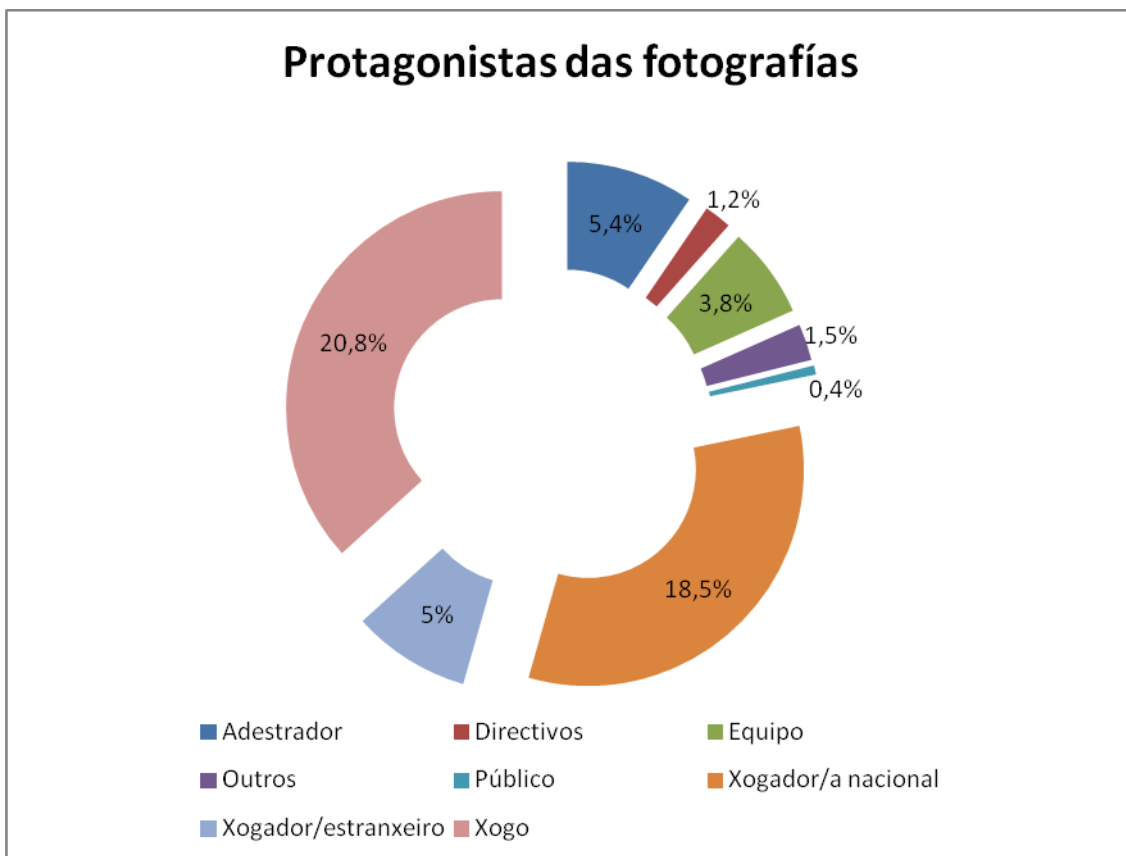
Gráfica 69. Presenza gráfica por xornal.

Estas infografías, como vemos, repártense entre case todos os medios de comunicación analizados quedando, tan só, *La Vanguardia* co dato a 0. *Diario Sur*, pola súa banda, segue a ser o xornal que máis aposta polo baloncesto en termos de publicación de infografías xa que conta con 2 por 1 de *El Correo*, *El País* e *La Voz de Galicia*. O xornal andaluz tamén domina a variable das fotografías publicando case o dobre ca calquera dos outros medios estudados.



Gráfica 70. Presenza gráfica por ámbito.

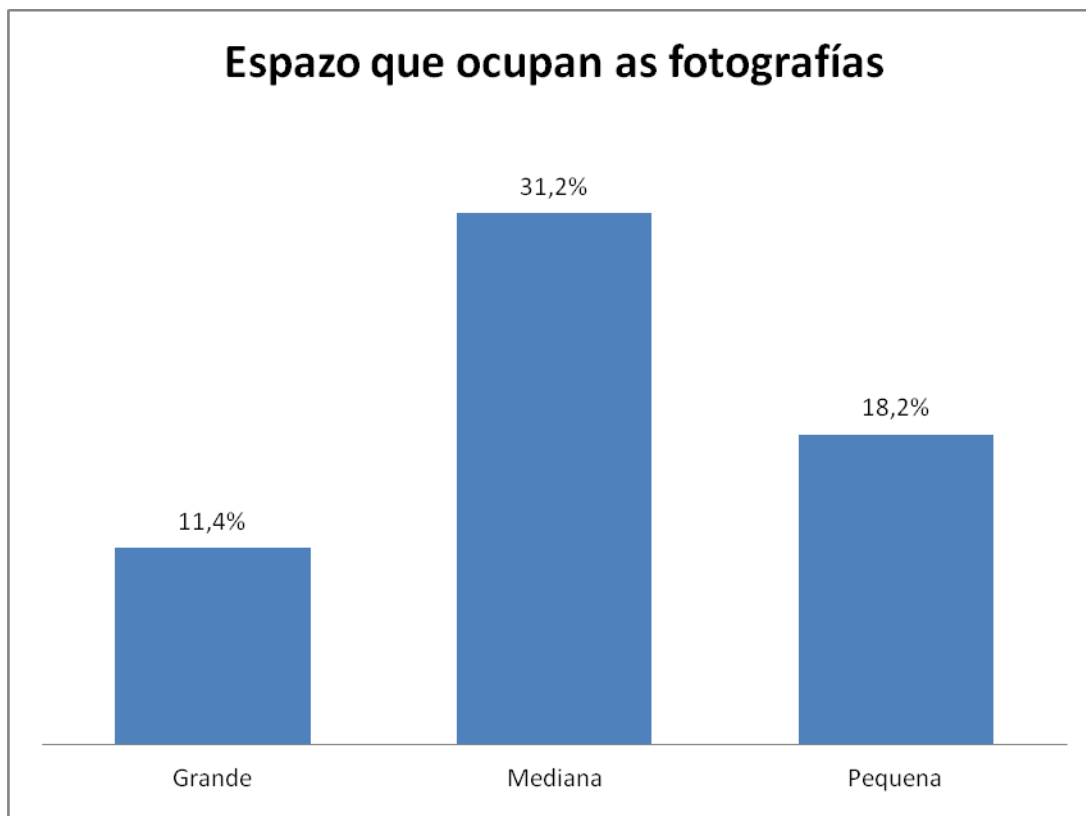
Esta presenza gráfica repártese por ámbito de xeito moi parecido a como o facía no ano 2002 xa que o referente nacional segue a comandar a clasificación mentres se ve como o ámbito internacional colle importancia da man do aumento de presenza de xogadores nacionais na NBA.



Gráfica 71. Protagonistas das fotografías.

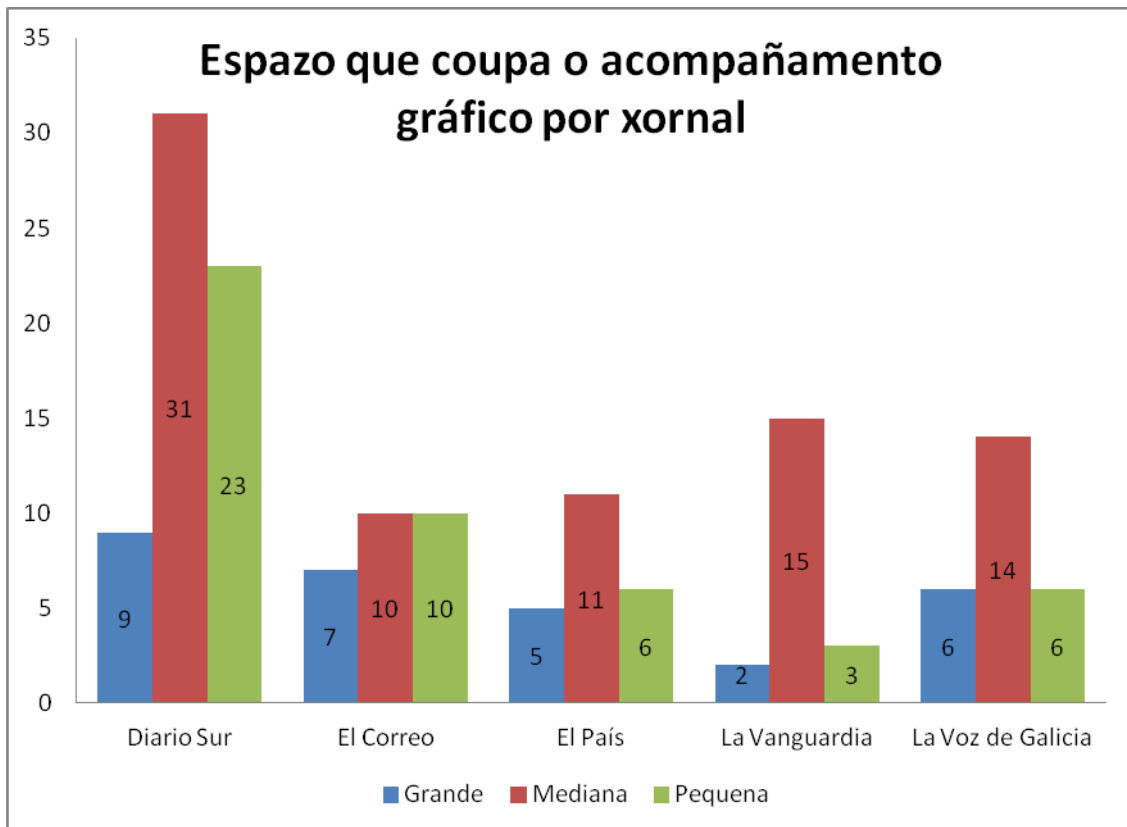
Se seguimos afondando na análise do acompañamento gráfico e, particularmente, no estudo das fotografías veremos como as accións de xogo seguen a ser o referente que ocupa a esencia das imaxes publicadas relativas ao baloncesto. Porén, podemos observar como en segunda posición se atopa a categoría “Xogador/a nacional”. Vemos como aumenta, ademais, con respecto ao ano 2002 xa que chega a un 18,5% dende o 11,8% rexistrado no primeiro ano que toma como referencia este traballo de investigación.

Este feito derívase, unha vez máis, da necesidade que os medios de comunicación detectan de personalizar nos actores principais do baloncesto, os xogadores, o ambiente de éxito que vive o baloncesto español por ese entón. Ademais, destacamos que dese 18,5% case a metade –un 7,9%– trátase de xogadores españois que foron campións do mundo no ano 2006 e que ademais pertencen ao ámbito internacional por xogar na NBA.



Gráfica 72. Espazo que ocupan as fotografías –sobre o 60,8% que representa a aquelas pezas que van acompañadas por unha fotografía.

Do acompañamento fotográfico, ademais do seu protagonista, podemos dicir que a maioría é de tipo mediano –recordemos que son aquelas imaxes que teñen entre 4 e 10 módulos de tamaño-. Obsérvase, ademais, un cambio relevante con respecto ao ano 2002 que é o aumento de imaxes de tipo grande –de máis de 10 módulos- dun 7,5% a un 11,4%.

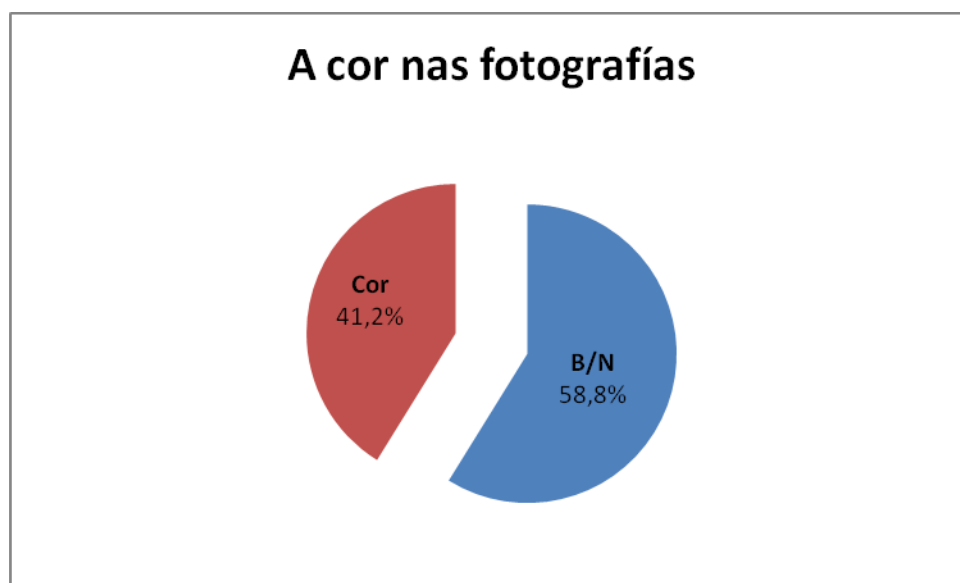


Gráfica 73. Espazo que ocupa o acompañamento gráfico por xornal.

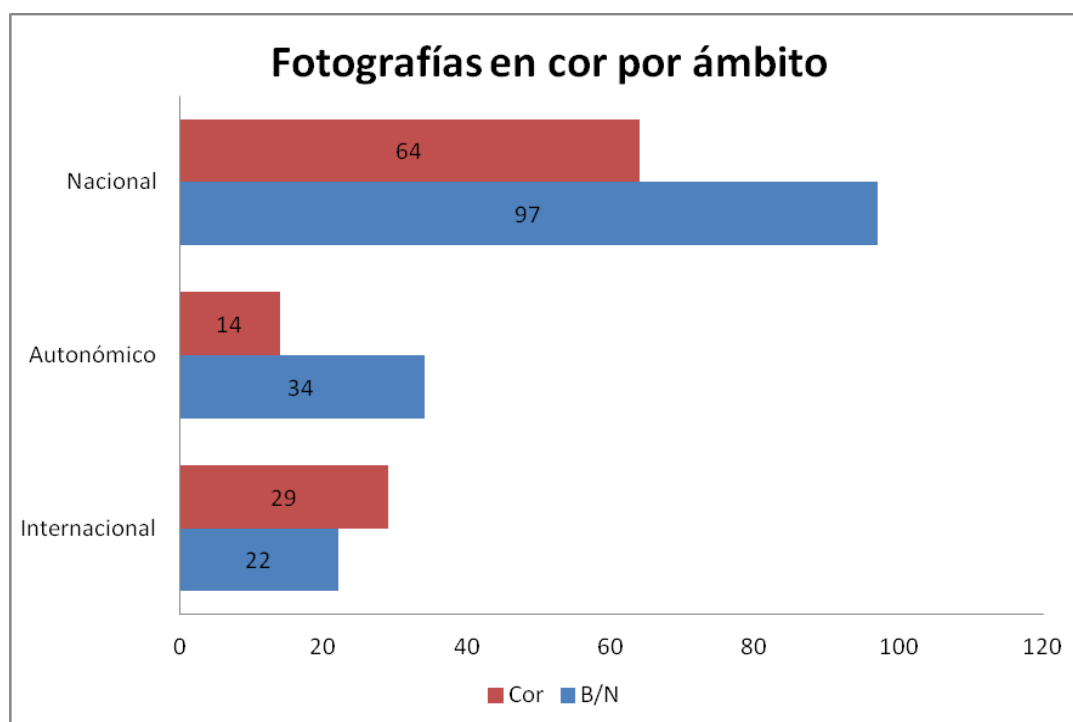
Como observamos na anterior gráfica, *Diario Sur* é o xornal que máis imaxes publica de calquera dos tamaños establecidos. A tendencia, como vemos, é igual nos cinco casos xa que predominan as imaxes de tipo mediano –agás no caso de El Correo no que se igualan coas pequenas-.

Finalmente, se observamos as seguintes gráficas, vemos como a característica da cor nas fotografías está presente en máis dun 40% das pezas publicadas co referente da información sobre baloncesto como esencia son en cor. Estes ratios superan, de xeito amplo, os observados para o ano 2002 que, como vimos, nos falaban dun 21,9% de imaxes en cor. Esta porcentaxe é moi inferior á que se observa no ano 2007, ano no que, ademais, se publicaron un maior número de fotografías, é dicir, que é unha porcentaxe moito maior sobre, ademais, unha maior cantidade.

Dentro desta tendencia ao aumento de publicación de imaxes en cor temos que a maioría se encadran no ámbito nacional –mantendo este a súa hexemonía a través dos anos de análise en moitas categorías, como xa vimos- e como o referente internacional tamén comeza a facerse forte no segundo chanzo, moi por enriba do ámbito local ou autonómico.



Gráfica 74. A cor nas fotografías.



Gráfica 75. Fotografías en cor por ámbito.

6.3. EVOLUCIÓN E SITUACIÓN NO ANO 2011: CONCLUSIONES POR VARIABLES

Na temporada 2010-2011 a Liga Endesa –a Liga ACB pasou a denominarse Endesa debido ao patrocinio da empresa eléctrica- contou con 18 equipos participantes dos que 12 tiñan a sede nas comunidades autónomas de Andalucía, Cataluña, Madrid e País Vasco e, das cinco representadas polos xornais seleccionados tan só Galicia quedaba sen equipo na máxima categoría do baloncesto español aínda que si o tivera o ano anterior – Xacobeo Blu:sens- e teríao no ano seguinte –de novo o equipo de Santiago de Compostela, que conseguiría ascender un ano despois de ter descendido á Liga Adecco Ouro-.

Posición	Equipo
1	Regal FC Barcelona
2	Real Madrid CF
3	Power Electronics Valencia
4	Caja Laboral Baskonia
5	Gran Canaria 2014
6	Bizkaia Bilbao Basket
7	Baloncesto Fuenlabrada
8	Unicaja Málaga
9	Blancos de Rueda Valladolid
10	CAI Zaragoza
11	Cajasol Sevilla
12	Asefa Estudiantes
13	DKV Joventut Badalona
14	Lagun Aro GBC
15	Assignia Manresa

Posición	Equipo
16	Meridiano Alicante
17	CB Granada
18	Menorca Bàsquet

Táboa 17. Equipos participantes na Liga ACB 2010-2011 ordenados segundo a súa posición ao final da liga regular.

Ao igual ca no ano 2007 tan só La Voz de Galicia queda sen referente baloncestístico na máxima categoría do baloncesto nacional. Para o resto, os referentes son:

- Andalucía/*Diario Sur*: Unicaja Málaga, C.B. Granada e Cajasol Sevilla.
- Cataluña/*La Vanguardia*: DKV Joventut, F.C. Barcelona e Assignia Manresa.
- Madrid/*El País*: Real Madrid C.F., Asefa Estudiantes, Baloncesto Fuenlabrada.
- País Vasco/*El Correo*: Caja Laboral Baskonia, Lagun Aro GBC, Bizkaia Bilbao Basket.

A nivel internacional, por unha banda, o Real Madrid chegou a clasificarse para xogar a final four da Euroliga. Quedaría eliminado en semifinais contra o Maccabi Electra Tel Aviv. Mentres, na NBA, Pau Gasol –xa fora campión da NBA con Los Angeles Lakers-, José Manuel Calderón –Toronto Raptors-, Rudy Fernández –Portland Trail Blazers-, Marc Gasol –Memphis Grizzlies-e

Serge Ibaka –Oklahoma City Thunder- convertíanse no referente español na mellor liga do mundo. Ademais, a esas alturas, Ricky Rubio preparaba a súa saída do F.C. Barcelona rumbo aos Minnesota Timberwolves.

O obxectivo que perseguimos realizando unha nova cata de datos neste ano 2011 é o de pechar o estudo da información sobre baloncesto nos medios xeralistas españois na primeira década do século XXI. Neste último ano analizado recolleemos 321 pezas publicadas nas páxinas dos cinco xornais obxecto de estudo polo que, sumadas ás recollidas nos anos 2002 e 2007, suman un total de 768 unidades de información xornalística tratadas.

A análise que nos dispoñemos a facer neste último apartado non xirará tanto en torno ás gráficas –aínda que tamén as haberá- e aos datos senón que os resultados serán expresados máis en termo comparativo con respecto aos dous anos anteriores.

Trataremos, pois, de facer unha redacción continua co obxectivo de pechar esta epígrafe sexta cunha visión xeral e ao mesmo tempo falando de tendencias concretas sobre a situación da información xornalística sobre baloncesto nos medios de comunicación xeralistas en España destacando aqueles fíos ou consideracións máis relevantes que poidamos extraer a partir dos datos.

6.3.1. *Diario Sur* lidera como medio que máis novas publica sobre baloncesto

O panorama da información sobre baloncesto nos medios de comunicación xeralistas analizados está comandado, coma períodos de estudo anteriores por *Diario Sur*. Este segue a ser o xornal que máis novas publica sobre baloncesto para o período que vai entre o 15 de febreiro ao 28 dese mesmo

mes do ano 2011. Neste punto, debemos observar a tendencia a igualarse as porcentaxes. Deixando a un lado o xornal andaluz –é o que máis novas publica con bastante vantaxe sobre os demais- entre o resto vemos como os datos tenden a se igualar en torno a un 18% das novas mentres que *Diario Sur* segue a liderar pero desta volta baixando da cota do 30% que superara no ano 2007.

Como observamos na seguinte táboa vemos como o aumento é evidente neste ano 2011 en todos e cada un dos medios analizados. *Diario Sur* segue a encabezar a clasificación dos que máis novas sobre baloncesto inclúen nas súas páxinas pero o seu incremento é menos significativo có que experimentan o resto dos medios. Así, *El Correo* pasa de 43 no 2007 a 62 no 2011, *El País* aumenta o valor en 15 novas e *La Vanguardia* adianta a *La Voz de Galicia* en número pezas publicadas por primeira vez segundo os datos recollidos nas tres anualidades incluídas neste estudo.

Medio	Ano 2002	Ano 2007	Ano 2011
Diario Sur	60	87	96
El Correo	41	43	62
El País	34	35	50
La Vanguardia	26	43	59
La Voz de Galicia	26	52	54
TOTAL	187	260	321

Táboa 18. Evolución da publicación do número de novas publicadas sobre baloncesto nos cinco xornais analizados neste traballo de investigación.

6.3.2. O baloncesto feminino queda relegado ao descoñecemento fronte ao dominio do baloncesto masculino

De todas as novas publicadas vemos como o xénero predominante do baloncesto visibilizado por parte dos xornais é o masculino. Se no ano 2002

escasamente o 16% das novas publicadas sobre baloncesto estaban contextualizadas no de xénero feminino tamén viamos como no ano 2007 esta tendencia baixaba ata un 9,6%. Pois ben, no ano 2011 esta tendencia marcada na segunda anualidade aumenta e redúcese en case un 2% quedando no 7,9%. Isto dá idea de que o baloncesto que se transmite ás audiencias na prensa xeralista española ten un só xénero, o masculino, mentres que o feminino queda relegado a ser visible en moi contadas ocasións.

Diario Sur segue a ser o xornal que máis atención presta ao baloncesto feminino pero son datos insignificantes se temos en conta que os cinco medios analizados repártesen ese 7,9% e o xornal andaluz acapara o 4,1%. Así, *El Correo*, *El País*, *La Vanguardia* e *La Voz de Galicia* podemos dicir que non prestan atención ao baloncesto feminino e cando o fan é ao de ámbito nacional, non aparecendo o ámbito internacional en ningún momento e, neste ano 2011 tampouco o autonómico ou local.

6.3.3. O baloncesto de ámbito nacional é o referente máis empregado polos xornais analizados á hora de publicar información sobre o deporte do aro

Se observando os datos dos anos 2002 e 2007 viamos como o baloncesto de ámbito nacional era o referente principal que os medios de comunicación analizados lle facían chegar aos seus lectores, neste 2011 a tendencia acentúase chegando a un 63,2%, aumentando case dous puntos porcentuais con respecto ao ano 2007.

Debemos destacar tamén o incremento das pezas de ámbito internacional que chegan a un 27%, por un 19,6% do ano 2007, mentres que o ámbito

local ou autonómico queda relegado a un terceiro lugar coa peor porcentaxe dos tres períodos temporais estudados.

6.3.4. As noticias principais son, por primeira vez, as máis abundantes segundo a variable “Importancia”

A importancia que os xornais lles conceden ás novas clasificámola, como viñemos facendo nas outras dúas fases do estudo segundo a súa disposición na páxina. Viamos, dende o ano 2002 e pasando polos datos do 2007, como as novas de tipo secundario sempre eran as máis numerosas seguidas de preto polas de carácter principal mentres que os breves e as noticias de persepectiva sempre quedaron en segundo plano. Pois ben, neste ano 2011 as novas principais supera, por primeira vez, ás de tipo secundario quedando as primeiras nun 38,3% mentres que as segundas acadaron un 35,2%.

Isto é relevante pois, a finais dos dez primeiros anos do século XXI, os xornais analizados comezan a darlle máis relevancia á información sobre baloncesto cando publican pezas desta temática.

Neste ano 2011 tamén é importante sinalar que en ningún caso, en ningún xornal, as noticias breves ou as noticias de perspectiva superan ás secundarias ou principais ao igual que acontecía no ano 2007, mentres que no ano 2002 non se podía dicir isto en todos os casos –como no de *La Vanguardia*, por exemplo-.

6.3.5. A información sobre baloncesto faise un oco na portada principal dos xornais analizados e aumentan, máis aínda, a súa presenza na portadiña da sección “Deportes”

No ano 2011 as portadas xerais e as portadiñas da sección “Deportes” dos medios de comunicación que analizamos viron como a información sobre baloncesto se estabilizaba e continuaba a aparecer nelas nun número de ocasións moi parecido ao do ano 2007 e, en todo caso, moi superior ao ano 2002.

Como vemos na seguinte táboa, o número de veces que a información sobre baloncesto aparece na portada xeral no ano 2011 é 16 aumentando con respecto ás 14 ocasións nas que isto sucedía no 2007.

Medio	Portada xeral			Portada sección “Deportes”		
	2002	2007	2011	2002	2007	2011
Diario Sur	4	6	7	7	23	22
El Correo	0	3	3	6	15	10
El País	0	2	3	0	9	10
La Vanguardia	0	2	1	2	1	5
La Voz de Galicia	0	1	2	0	20	17
TOTAL	4	14	16	15	68	64

Táboa 19. Evolución da publicación de novas nas portadas xerais e portadas da sección “Deportes” dos medios analizados en cada un dos períodos estudados.

No que se refire á portada da sección “Deportes” viamos xa no ano 2007 como o número de inclusións nesa portadiña interior era bastante elevado con 68 casos. Pois ben, neste 2011 o número mantense polo que os xornais estudados seguen a lle conceder importancia non só na portada xeral á

información sobre baloncesto senón que a relevancia entre as subtemáticas do seu ámbito segue a ser elevada.

Ademais, e como era de esperar –pola implicación que levamos visto ao longo da análise en anos anteriores- *Diario Sur* segue a ser o xornal que máis espazo lle concede ao baloncesto nas súas portadas.

6.3.6. As novas medianas seguen a ser o tamaño estándar para a publicación de información deportiva sobre baloncesto

O tamaño elixido na maioría dos casos para publicar información sobre baloncesto é o mediano –entre 6 e 29 módulos, recordemos- neste ano 2011 como xa o era no 2002 e 2007. Se no primeiro ano de análise a porcentaxe dominante era de 46,5% e no 2007 de 55,8%, neste terceiro ano e continuando a evolución o resultado é dun 59,3%. É destacable, neste senso, a evolución das pezas grandes que comezan a descender con respecto ao ano 2007 e baixan a niveis inferiores incluso a 2002 chegando ao 18,7%.

6.3.7. Os medios inciden na importancia da sinatura do xornalista propio á hora de identificar a autoría das novas

Noutros anos viamos como a identificación do xornalista que escribe a información sobre baloncesto era, na maioría dos casos, concreta, é dicir, era o propio profesional da redacción o que asinaba co seu nome as pezas nun 40,1% no ano 2002 en un 50,8% no ano 2007. Pois ben, neste 2011 esta tendencia mantense e as novas que van asinadas por un xornalista correspóndense a un 56,4% das 321 unidades analizadas.

En relación a autoría debemos destacar o aumento do uso de información de axencia ata un 33%. Tendo en conta que no ano 2002 esta porcentaxe era do

28,9% e no 2007 do 22,7% o aumento é considerable. Para afondar un pouco máis nesta evolución analizamos en profundidade a variable autoría con respecto a outras e vimos como do 33% dos casos máis de tres cuartos se refiren á información de ámbito internacional. É dicir, a información de tipo internacional aumenta en base á autoría de axencia xa que, comprobado este extremo nos outros dous períodos de análise desta investigación, este dato non chegaba á metade das ocasións no 2002 e pasaba moi pouco do 50% dos casos no ano 2007.

6.3.8. As crónicas sobre baloncesto aumentan ao tempo que se consolida a noticia como xénero máis empregado

O xénero xornalístico co que se traslada a información sobre baloncesto á audiencia é algo moi relevante, como temos visto. Ben, neste ano 2011 o xénero xornalístico máis empregado é, ao igual ca en anos anteriores, a noticia manténdose en niveis similares a anos anteriores cun 43,8%. Debemos destacar, con respecto aos xéneros xornalísticos, a tendencia a aumentar as crónicas xa que se no ano 2002 supoñían un 26,7% e no 2007 un 28,1%, no 2011 esta porcentaxe sitúase no 29,3%. Ademais, as entrevistas e reportaxes manteñen a evolución ascendente, como podemos ver na seguinte táboa.

Medio	Reportaxe			Entrevista		
	2002	2007	2011	2002	2007	2011
Diario Sur	2	1	2	0	3	2
El Correo	0	1	2	1	2	3
El País	1	0	1	0	1	2
La Vanguardia	0	0	1	0	0	1
La Voz de Galicia	1	1	1	0	2	2
TOTAL	4	3	7	1	8	10

Táboa 20. Evolución da publicación de reportaxes e entrevistas nos tres períodos analizados.

Podemos concluír, entón, que no que se refire ao emprego de xéneros xornalísticos para comunicar baloncesto, os medios analizados están a manter unha liña de implicación de recursos ascendente dende o ano 2007 como se pode deducir da anterior táboa que recolle os datos de entrevistas e reportaxes publicadas.

Chegamos a esta conclusión logo de ver a variable xénero relacionada coa variable autoría e comprobando que as entrevistas tan só aparecen asinadas por axencias nun 25% dos casos totais e as reportaxes tan só nun 18% polo que os medios estudados implican persoal e recursos na elaboración destas pezas xornalísticas que requiren maior dedicación de tempo e traballo para ser publicadas.

Finalmente, podemos ver como son os xornais de Andalucía, Galicia e País Vasco os que realizan un maior esforzo á hora de elaborar e publicar reportaxes e entrevistas, tal e como recolle na anterior táboa.

6.3.9. O tema extradeportivo non aparece, practicamente, consignado nas informacións sobre baloncesto

Tal e como viñemos vendo ao longo da análise feita nos anos 2002 e 2007, o tema extradeportivo aparece consignado coma unha porcentaxe irrelevante –recordemos: un 2,7% na primeira anualidade estudada e un 1,9% na segunda-. Neste terceiro ano de análise a situación non cambia e a temática extradeportiva non chega nin a un 2% dos casos –quédase nun 1,7%-volvendo a comprobar como as implicacións do ámbito deportivo con outras áreas –poñamos por caso economía ou política- non aparecen referenciadas cando a modalidade deportiva é o baloncesto –que é a que estudamos neste caso-.

6.3.10. Os xogadores, adestradores, afeccionados e expertos seguen a ser os actores e fontes principais na información publicada sobre baloncesto

Tal e como se apuntaba como tendencia no ano 2007, os actores principais no ano 2011 continúan a ser os protagonistas da acción deportiva concreta do baloncesto: xogadores, adestradores e afeccionados. Este trío de actores é tamén, nesta última anualidade de análise, o que comanda os datos relativos ás fontes xa que son os que máis veces aparecen citados como tal.

Debemos destacar a presenza, tamén nas pezas analizadas correspondentes ao ano 2011, do colectivo de expertos como fonte importante xa que, como vimos, a tendencia a tratar máis en profundidade está presente no aumento de elaboración e publicación de reportaxes ou entrevistas.

6.3.11. Comentario xeral das variables relativas ao acompañamento gráfico das novas publicadas sobre baloncesto

Os datos sobre o acompañamento gráfico no período de análise que se corresponde co ano 2011 fálanos dunha estabilización no nivel de publicación de fotografías con respecto ao ano 2007 –no segundo ano de análise a porcentaxe de novas que contaban con acompañamento gráfico foi do 60,8% mentres que neste terceiro período de estudo foi do 59,3%-. Ademais, durante este ano 2011 os xornais analizados publicaron 4 grafismos que non se poden identificar con fotografías senón con infografías. Isto supón un aumento de 1 caso con respecto ao ano 2007 –no que se recolleron 3 infografías publicadas- e de 4 con respecto a 2002, onde non existía acompañamento gráfico que non fora fotográfico. *Diario Sur* continúa a ser o líder na publicación de imaxes e tamén de infografías –publica 2 deste ano 2011, ao igual que fixera no ano 2007-. Por outra banda, ao igual que acontecía no ano 2007 e no 2002, o ámbito nacional é o que maior número de fotografías acolle seguido polo internacional que colle forza apoiado na presenza de, cada vez máis, xogadores españois na NBA.

Ademais, a esta consideración global sobre o acompañamento gráfico da información sobre baloncesto debemos engadir apuntamentos sobre tres cuestións. Unha é sobre o contido das imaxes onde neste ano 2011 se manteñen, ao igual ca en 2002 e 2007, as accións do xogo coma o máis recorrente para acompañar as pezas sobre baloncesto. Os xogadores nacionais, tal e como acontecía en 2007, seguen a ser o segundo elemento que protagoniza as fotografías unha maior cantidade de veces –recordemos a tendencia inaugurada trala consecución do campionato do mundo cando as imaxes que tiñan como protagonistas aos actores dese éxito deportivo aumentaron ata un 7,9% no ano 2007-. Esta tendencia mantense no ano 2011 e os xogadores que participaron nos éxitos da selección española de

baloncesto dende o ano 2006 protagonizan o 70% das imaxes que á, súa vez, teñen como referente a un xogador nacional.

O segundo dos apuntamentos dos que falabamos con anterioridade fai referencia ao espazo que ocupa o acompañamento gráfico da información que publican os cinco medios analizados sobre baloncesto. A tendencia dos anos 2002 e 2007 a que este sexa de tipo mediano –recordemos, entre 4 e 10 módulos- mantense e increméntase, outra vez –ao igual que fixera no ano 2007- a porcentaxe de imaxes grandes publicadas chegando a ser un 15,7% por un 11,4% do ano 2007 e un 7,5% do ano 2002.

Finalmente, o terceiro e último dos apuntamentos fálanos da cor nas fotografías. Se no ano 2002 viamos como se publicaban en cor o 21,9% das imaxes que acompañaban á información deportiva e no ano 2007 esta porcentaxe elevouse ata o 41,2%, o 2011 supera aos dous anteriores de xeito amplo chegando a un 62,3%. Isto é debido, entre outras cousas, á xeralización da cor na maioría das páxinas do xornal por parte dos cinco medios analizados pero tamén a unha necesidade de espectacularización evidenciada en tendencias anteriores detectadas nos datos dos anos 2002 e 2007. Ademais, e seguindo tamén a liña marcada en anos anteriores, o ámbito nacional é o que un maior número de fotografías en cor acolle mentres que o internacional supera, de novo ao local ou autonómico.

7. REVIEW OF OBJECTIVES AND HYPOTHESIS TESTING

Now that we are coming to the end of this research work, it is the moment to look back and see whether we have achieved the proposed objectives and analyze if the assumptions listed in Chapter 5 were verified positively or negatively.

7.1 DID WE MEET THE ESTABLISHED GOALS?

It must be reminded that the main objective of this thesis dissertation, as described above, is to analyze the construction of media discourse on information about basketball in the general press in Spain. We observed 7 intermediate milestones derived from the main aim. The question is: did we meet them?

- **Partial objective 1:** *to analyze the evolution of the journalistic treatment of information on basketball in Spanish print news media before –first study period, in the second half of February 2002- and after –second and third study period, in the first half of February 2007 and 2011- the Japan World Championship.*

This objective was fully met as the proposed methodology was applied to a total of 768 units of analysis which provided results that enabled us to see an evolution in the treatment of Basketball in Spanish general media in the first decade of the 21st century.

- **Partial objective 2:** *to get a real picture of the current state of information about basketball in Spanish print news media.*

This second objective was achieved thanks to the timeliness of the analysis that marks the last period of the research timeline, in 2011.

- **Partial objective 3:** *to analyze the priority and importance given to basketball by newspapers through the application and dedication of human resources.*

The application of human resources of a newspaper to the coverage of certain information is mostly provided by professional brands such as the journalism genre chosen to address an issue, the author's signature, among many other elements that allow us to observe the involvement of the media when giving a journalistic approach in the treatment of the information. After seeing the work done on this issue, we consider that this aim was also accomplished.

We found out how the genres that require most work of human resources have both increased since the second period of analysis and lowered the importance of signings of news agency with respect to the increased number of works signed by a journalist from the newsroom.

- **Partial objective 4:** *to go through the analysis of the significance given to Basketball news by Spanish print media through the study of the space they provide for basketball in their pages and the presence or absence of this item both on the front page of newspapers and the "Sports" section.*

Drawing on the data from the space occupied by sports news on basketball on front pages and the inside front cover of the "Sports" section, it was possible to comply with this objective and search for an overview thanks to the selection of three different periods of analysis spread over the early 2000s. As noted above, the relevance gained by basketball news on front pages was scarce, although an increase was established after the second year of research.

- **Partial objective 5:** *to analyze whether the topic where basketball news are displayed is always sporting or whether there are cases in which the multiple relations between the world of sport and the political, economic and social fields, etc., are evidenced.*

We noted that this goal was also fulfilled by analyzing sports-related or non-sports-related topics of the 768 news pieces studied. We have seen that in most cases, the main thematic focus is on sports, thus leading to a lack of sport involvement in the rest of sectors or social fields.

- **Partial objective 6:** *to study the actors and the sources which take part in the construction of media discourse on information about basketball.*

We have seen that, during the three analyzed periods and through the 768 news pieces studied, the favorite actors of basketball news are the players and basketball coaches, although we identified some relevant trend, as just described in the respective sections throughout the headings 6.1., 6.2. and 6.3.

- **Partial objective 7:** *to make an objective comparison of the treatment given to information about basketball according to the sphere where the event takes places –in local, regional, national or international spheres-.*

One of the decisions taken in the early stage of the research was to apply, among many others, a filter regarding the sphere in which the analyzed information was displayed depending on the concerned competition –at national, regional or local and international level- in order to provide meaningful comparisons between the type and features of information published in each of them. We noted how national-level information in general brings better conditions than the other two, even though in the case of international-level information, we do observe a qualitative and quantitative leap stemmed from the presence of national players in the NBA.

7.2. WORKING HYPOTHESIS TESTING

In chapter 5, we established 6 hypotheses that became the guideline of this thesis dissertation and that legitimized, since the very beginning, the research process. How were these hypothesis tested? Let's see.

- **Hypothesis 1:** *Information about basketball in the Spanish general press has grown in quantitative terms after the Spanish senior national team won the World Championship in September 2006.*

As noted in the explanation for the data given in the second -2007- and third -2011- years of the research timeline, sports-related information on basketball published by five analyzed media organizations has grown significantly in quantitative terms –from 187 news pieces in 2002 to 260 in 2007 and 321 in 2011-. Thus, an empirical validation of this hypothesis is provided.

- **Hypothesis 2:** *this increase was proportionally in line with the pace of relevant victories in international competitions from the male national team as well as the consolidation of the ACB League as the most important basketball league in Europe, and therefore, the second best Global Basketball league after NBA.*

Obviously, the successes of the basketball senior national team –listed in table 7- and the consolidation of the ACB league as the most important in Europe play a major role in the growth of information published in the five analyzed newspapers about basketball. The success came with an increase of interest on the part of society in this sport. Hence, news media started to transmit the success and victories of a sport that reached in first decade of the 21st century the most prominent records and that, as noted in license data listed in table 1, has been experiencing a country-wide surge in popularity.

- **Hypothesis 3:** *the quality of sports news on basketball has not experienced the same quantitative and qualitative evolution. There was an increase in the amount of information but its quality has not*

improved. Sports-related information about basketball in the Spanish general press remains far removed from the strengthening of themes necessary and desirable for all specialized information.

As we have seen in the analysis of the variables used for the study of journalistic information on basketball that we carried out, there are markers such as the publication of news pieces of certain genres–reports, interviews, for instance–, or the use of information from news agency, or the positioning of the page, etc. that, even though there was an increase over the years as we have witnessed, remain at levels well below those that undertake further work in the production of specialized information.

However, if we observe this third hypothesis as a whole and employ all we have learned in the research process, we conclude that this assumption is not confirmed, but it is seen an important achievement of qualitative growth.

- **Hypothesis 4:** *information about basketball in Spanish print media is featured by the over spectacularization of news contents through graphic support material.*

The images, as shown in previous items of the heading 6, are very important for the analyzed mass media when it comes to publishing news pieces about basketball. Combining these news items with pictures is a way to transmit the action and the dynamism of the game. Most news rely on images that, as mentioned above, transmit in particular game actions and also personalize the content of the icon in the players –preferably the national players- that are also the ones

who usually participate in Spanish basketball success worldwide by the senior national team.

We conclude, therefore, that there is an over spectacularization of textual contents through graphic support material that is present in most cases and, as noted above, features specific contents and publication conditions –size, color or B&W...- if so required.

- **Hypothesis 5:** *news pieces that cover basketball as the main issue are hardly portrayed in non-sports-related contexts, despite the multiple connections with other spheres of reality established by the sport.*

This assumption is, undoubtedly, among those which provided a clearer demonstration. It is very rare or almost non-existent for sport to appear in a context other than the purely sporting one despite multiple, important and strong relations established with economic, political or social sectors. We saw that none of the five analyzed newspapers offered the deepening within the scope of basketball when addressing information.

- **Hypothesis 6:** *the information about basketball is therefore regularly close to the trivialization of news contents to promote certain types of information based on data, statistics and scarce interpretation by the journalist, and rapidly and uncritically consumed by readers.*

It is true that data are of great relevance for sporting information about basketball given, as is well known, the statistical nature of this sport, where all is measurable and every action takes the form of a data that is soon analyzed and establishes, in many occasions, decisions such as whether or not a player signs a professional

contract with a club, a shift in strategy during the game, or even specific turns of a meeting planned. Basketball fans know how important data are and we are so passionate about statistical tables.

In this context, we understand the importance of data for sporting information about basketball as well as their long-term employment by newspapers. We nonetheless question whether employing data and statistical tables should disregard analytical information that deepens their meaning. In the qualitative analysis of the texts, we realize that this is illustrative of an important trend within sports news. Many times, even in news stories –essential genre for the transmission of sports-, journalists are confined to transcribing data without falling into their essence or other elements that could establish the foregoing event that leads to this information. Hence, this sixth hypothesis, in view of these previous considerations, can be assumed to be positive.

After verifying the achievement of the objectives established in the beginning of the research and the hypothesis testing, we put an end to this research project that has given us in a manner that is both definite and intense an in-depth knowledge of basketball news published by the five broad-spectrum newspapers analyzed and that we can extrapolate to the Spanish area of communication as a movement¹⁵³.

¹⁵³ Existe tradución ao galego na epígrafe 10.3.2. –ver índice–.

8. NOVOS CAMIÑOS DE INVESTIGACIÓN

8.1. DIVERSAS VÍAS DE INVESTIGACIÓN

En pechando este traballo de investigación queremos compartir as posibilidades que esta investigación abriu, aos ollos do doutorando, de proxección futura das súas ansias investigadoras.

Unha vez analizado o discurso sobre a información deportiva sobre baloncesto nos medios impresos españois, cremos que é o momento –sobre esa base- de seguir aportando ideas e coñecemento ao ámbito da investigación en Ciencias Sociais relativa ao panorama do deporte en xeral. Analizamos, como vimos, unha parte concreta da información deportiva que ten comportamentos específicos polo contexto deportivo, económico e social no que desenvolve a súa actividade. Porén, esta análise permitiunos observar tendencias e liñas futuras de investigación que consideramos relevantes ante as necesidades que observamos no devir da elaboración deste proxecto e que, en moitos casos, non puideron obter resposta nin nos puidemos permitir abordalas pola súa complexidade, extensión do asunto e porque, en definitiva, o tema desta tese de doutoramento era moi concreto e non nos permitía divagar en exceso.

Observamos a necesidade de estudar os seguintes ámbitos e aspectos para afondar, de xeito pertinente, no estudo da información deportiva como construción discursiva:

- Análise da información deportiva sobre baloncesto dende a perspectiva dos clubs e organismos ou institucións. Funcionamento dos gabinetes de prensa que abastecen de información aos medios neste ámbito. Como funcionan os equipos de comunicación dos actores do baloncesto e doutros deportes?
- Estudo formal dos programas de estudos no ámbito das facultades de comunicación. A importancia do deporte é evidente a moitos niveis – social, económico e incluso político-, tamén o é para as facultades que ensinan comunicación? Preparan aos alumnos de xeito específico para tratar esta información?
- Análise da información deportiva en xeral e da temática relativa ao baloncesto nos medios dixitais e redes sociais. Como se comporta a

información deportiva en xeral e a temática sobre baloncesto nos medios dixitais?

- Estudo do establecemento de relacións entre os deportistas e a sociedade a través dos medios de comunicación persoais –web propia, blog particular/corporativo do equipo, redes sociais...-.

Neste punto e para amosar as posibilidades que nos achega esta investigación inicial e as ideas que dela xurdiron, permitirémonos avanzar, como parte final desat tese de doutoramento, o desenvolvemento dunha ferramenta de análise de cibermedios que desenvolveu o doutorando co obxectivo de dar novos pasos na investigación dos cibermedios en xeral e, particularmente, das seccións de información deportiva e da temática do baloncesto.

8.2. PROPOSTA DUNHA NOVA FERRAMENTA DE ANÁLISE DE CIBERMEDIOS

A proposta de ferramenta de análise que realizamos como peche a esta tese de doutoramento quere responder a varias cuestións. Son os xornais *online* simples versións dixitais dos xornais en papel –no caso de ter versión impresa- ou se converteron, pola contra, en verdadeiros cibermedios? Doutro xeito, desenvolveron correctamente as edicións en Internet dos diarios impresos as potencialidades que brinda o ciberespazo? Ademais, podemos preguntarnos tamén en que punto do proceso de evolución da información xornalística en Internet se atopan os cibermedios.

O obxectivo é estudar a cibermedialidade no seu conxunto para logo poder ir descendendo pola estrutura interna do medio a través das seccións temáticas e áreas xornalísticas e chegar a coñecer o estado de cada unha delas con respecto ás cuestións enumeradas no parágrafo anterior.

8.2.1. Concepto de cibermedio

De xeito contextualizador, achegámonos á conceptualización dos medios *online* ou cibermedios. Por tanto, concibimos o cibermedio como aquel emisor de contidos que ten vontade de mediación entre feitos e público, utiliza fundamentalmente criterios e técnicas xornalísticas, usa a linguaxe multimedia, é interactivo e hipertextual, se actualiza e se publica na rede Internet (cfr. Díaz Noci e Salaverría, 2003; Salaverría, 2005).

A hipertextualidade, a multimedialidade, a interactividade e a frecuencia de actualización definen ao cibermedio como un medio xurdido por e para o soporte telemático:

- a) A **hipertextualidade** debe axustarse á estrutura dos contidos do cibermedio e ao nivel cognitivo -coñecementos técnicos e culturais- do seu usuario pretendido. Sen quebrantar a posibilidade dunha lectura comprensiva da información (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 75), ten que satisfacer as demandas de contido xerarquizado do internauta guiando con sutileza a súa navegación e aprofundando nos feitos tanto como estes esixen.
- b) A **multimedialidade**¹⁵⁴ ten que adaptarse á natureza dos contidos do cibermedio e á condición técnica -recursos tecnolóxicos e coñecementos

¹⁵⁴ A multimedialidade, xustamente considerada como unhas das características distintivas dos cibermedios, ten sido seguramente unha das características menos estudadas das novas linguaxes

técnicos- do seu usuario pretendido. A multimedialidade aplica a linguaxe e o formato adecuados a cada información e evita a narración duplicada involuntaria (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 73).

- c) A **interactividade** debe acomodarse á necesidade de *feedback* dos contidos do cibermedio e ao nivel sociocultural e proactivo do seu usuario pretendido. A interactividade permite ao internauta personalizar a procura de contidos (Álvarez Marcos, 2003: 245) e confire ás réplicas do usuario a súa xusta relevancia na configuración do relato informativo. Isto é, entendemos o concepto de interactividade nun dobre senso: interacción dos usuarios cos contidos e interacción dos usuarios co medio de comunicación (e os responsables do mesmo).
- d) A **frecuencia de actualización**¹⁵⁵ debe adaptarse á necesidade real de renovación dos contidos do cibermedio e aos requirimentos de

dixitais. Dentro da literatura científica existente en torno á multimedialidade, a maioría das reflexións céntranse na produción multimedia máis que na lectura multimedia.

O termo “multimedia”, como non podía ser doutro xeito, caracterízase pola súa polisemia. Xa en 1996 Jankowski e Hanssen (1996: 30) facían un pormenorizado repaso polas diferentes definicións do termo. Frecuentemente asociada á interactividade, para Jankowski e Hanssen, a mellor definición é aquela que atopou maior consenso técnico, entendida como “a integración dixital de diferentes tipos de medios dentro dun único sistema tecnolóxico”.

Outros teóricos se teñen decantado polo termo “hipermedia”. É o caso de Caridad e Moscoso (1991: 48), quenes definían “el término sistema de hipermedios como referido a la organización de información textual, visual, gráfica e sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro de un sistema”. Profundizando no termo, Halasz e Schwarz (1994: 30) definiron os sistemas de hipermedios como aqueles que “brindan ao usuario a capacidade de crear, manipular ou examinar unha rede de nodos que conteñen información e que están conectados entre si por enlaces relacionais”. Pola súa banda, Cunliffe (2000) sinala que o consenso xeralizado acepta que o hipertexto se refire ao texto enlazado, multimedialidade á combinación converxente de medios estáticos e dinámicos, variables no tempo, e que o hipermedia sería a combinación de ambos.

Non obstante, unha ulterior e consensuada definición de multimedialidade parece centrarse no carácter integrador e combinatorio do termo (Colina, 2002; Díaz Noci e Salaverría, 2003; Salaverría, 2005), tal e como sinala Javier Díaz Noci (2009: 214). En acertada expresión de Cebrián Herreros (2005: 17), a información multimedia definiríase pola “integración de sistemas expresivos escritos, sonoros, visuales, gráficos y audiovisuales en su sentido plano”, e engade ao linguaxe audiovisual “otros elementos específicos como la interactividad, navegación e hipertextualidad”.

¹⁵⁵ Ademais das tres características básicas consensuadas e citadas por todos os autores como rasgos definitorios dos cibermedios (a saber: multimedialidade, hipertextualidade, interactividade), existe unha cuarta que algúns autores denominan *actualización* (cfr. Díaz Noci e Salaverría, 2003) ou instantaneidade (Álvarez Marcos, 2003). Poderíamos dicir que, no actual panorama tecnolóxico, un termo subsume ao outro: a frecuencia de actualización dos modernos cibermedios caracterízase pola instantaneidade na provisión de novos contidos (en certo modo, o concepto de

inmediatez do seu usuario pretendido. A óptima frecuencia de actualización combina presteza, continuidade e profundidade informativas (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 71), amplía e mellora contidos -nunca os corrixe- e non renuncia á sedimentación da mensaxe xornalística (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 70).

8.2.2. A ferramenta de análise

Partindo do concepto de cibermedio e das súas características esenciais, establecemos un conxunto de valores a ter en conta en cada un dos apartados que compoñen o carácter dos medios *online* tal e como queda establecido na seguinte táboa, que nos permitirán coñecer o grao de cibermedialidade dos mesmos. A presenza positiva da característica establecida na variable será computada con valor “1”, mentres que de non se atopar o valor asignado será “0”.

Unicamente o valor 1 en cada unha das 20 variables garante que o medio *online* analizado poida ser considerado como un cibermedio de xeito total. O valor total de cada variable determínase a partir da media dos valores obtidos nesa categoría polas unidades de observación correspondentes a cada medio -unha media superior a 0.5 adquirirá o valor 1, e unha igual ou inferior a 0.5 obterá o valor 0.

instantaneidade ven a substituír ao antigo termo do xornalismo anglosaxón coñecido como *actualidade*). Como sinala Alvarez Marcos, “en Internet la estricta noción de actualidad adquiere una dimensión nueva por el hecho de ser acumulativa, y no substitutiva, acumulativa y secuencial como se materializa en los medios convencionales” (Álvarez Marcos, 2003: 243).

Cuestionario de cibermedialidade: variables para a análise	
Hipertextualidade	1. Adecuación á estrutura dos contidos
	2. Xerarquización da navegación
	3. Profundización nos feitos
	4. Comprensibilidade da organización hipertextual da información
Multimedialidade	5. Adaptación á natureza dos contidos
	6. Versatilidade dos recursos multimedia
	7. Adecuación do formato aos contidos
	8. Inexistencia de duplicidade narrativa
Interactividade/ Participación “clásica”¹⁵⁶	9. Acomodo á necesidade de <i>feedback</i> dos contidos
	10. Posibilidade de ‘personalizar’ a información
	11. Xusta relevancia das réplicas do internauta na configuración do discurso informativo
	12. Contacto ‘útil’ do usuario co medio
Frecuencia de actualización	13. Adaptación á necesidade real de renovación dos contidos
	14. Garantía de sedimentación da mensaxe xornalística
	15. Ampliación e/ou renovación de contidos
Contido	16. Diferente tratamento xornalístico da información de portada respecto da edición impresa
	17. Enriquecemento da información de portada mediante as potencialidades do soporte telemático (en comparación coa edición impresa)
Presencia en Redes Sociais	18. Ferramentas e aplicacións básicas de fomento da participación e da interactividade
	19. Ferramentas e aplicacións de colaboración en rede
	20. Ferramentas multimedia

Táboa 21. Listado de variables que conforman a ferramenta para a análise de cibermedios e da súa cibermedialidade.

¹⁵⁶ Referida ás primeiras vías de interacción como son os comentarios aos contidos xornalísticos ou valoración dos mesmos a través da propia plataforma do medio gracias ás opción “Comenta” ou “Valora”, por exemplo.

Inciden os metodólogos estadounidenses Roger Wimmer e Joseph Dominick na importancia de outorgar unha definición operativa a todas as variables que integran o dispositivo observacional dunha investigación. Segundo os autores de *Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación*, “una definición operacional especifica los procedimientos que deben ser seguidos al experimentar o medir un concepto” (Wimmer e Dominick, 2000: 47).

Pasamos, entón a definir cada unha das variables consideradas nesta ferramenta que propomos:

Hipertextualidade¹⁵⁷:

Variable 1. Adecuación do hipertexto á estrutura dos contidos. A distribución hipertextual de contidos responde a un criterio de “asociación de ideas” (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 74) e afástase, por tanto, de patróns vertebradores tradicionais como a disposición secuencial da información. Como sinala Ramón Salaverría (2005a: 124), as ligazóns desempeñan tamén unha función documental e narrativa que teremos en conta na nosa análise.

Variable 2. Xerarquización hipertextual da navegación. A organización do hipertexto asegura o periplo lóxico e intuitivo do usuario pola edición en rede, ora mediante a agrupación de ligazóns de similar temática en

¹⁵⁷ Este apartado pode considerarse *demodé* ou amplamente superado (por tanto, postergado) nas análises sobre cibermedios levadas a cabo nos últimos anos. No entanto, algúns destacados cibermedios de novo cuño (nomeadamente revistas ou magazines *online* como *Jot Down Magazine* ou *Achtung!*, por exemplo) se caracterizan pola súa ordenación dudosa, caótica e alonxada dos cánones hipertextuais. A lectura dificultase e esixen un esforzo engadido aos lectores. De aí que non sexa baladí seguir abordando o estudo desta característica intrínseca e fundamental dos cibermedios.

colectores informativos xenéricos, ora mercé á total garantía de retorno e avance do internauta no fluxo informativo.

Variable 3. Profundización hipertextual nos feitos. A hipertextualidade afonda ao máximo en cada información con obxecto de achegar ao internauta ás fontes orixinais da noticia e ofrecer ao usuario tantos datos contextuais –antecedentes causais, elementos de *background*, referencias hemerográficas ou alusións a consecuencias futuras- como necesite para a correcta comprensión do contido noticioso.

Variable 4. Comprensibilidade da organización hipertextual da información. A estrutura hipertextual da edición en rede é perfectamente apprehendida polo usuario, que coñece o destino dos hipervínculos antes de “facer clic” sobre eles e ten en todo momento conciencia da súa situación no itinerario de navegación do sitio web.

Multimedialidade:

Variable 5. Adaptación da multimedialidade á natureza dos contidos. Os contidos da edición en rede adoptan sempre o ‘macroformato’ –textual ou multimedia- que garante a súa óptima comprensión.

Variable 6. Versatilidade dos recursos multimedia. O deseño dos elementos multimedia da edición en rede permite que calquera internauta, con independencia das súas capacidades técnicas ou condicións de acceso a Internet, poida percibilos visual e acusticamente sen problemas.

Variable 7. Adecuación do formato multimedia aos contidos. A edición en rede selecciona o ‘microformato’ (audio, vídeo, fotografía, infografía...)

que mellor se axusta á natureza dos contidos desenvolvidos en ‘macroformato’ multimedia. Esta variable ten adquirido unha importancia crecente co paso dos anos, pois teñen aparecido diversos formatos e xéneros coa converxencia tecnolóxica.

Variable 8. Inexistencia de duplicidade narrativa. A edición en rede non emprega máis de un ‘macro’ ou ‘microformato’ para o desenvolvemento de un mesmo contido narrativo (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 73). En ocasións, a duplicidade narrativa causa un *ruido* que dificulta ou entorpece a narración ao contar varias veces o mesmo en vez de apostar de modo decidido por un esquema narrativo -isto sucede especialmente en medios que non rematan por apostar plenamente por novos xéneros ou formatos, e se o fan é “presionados” polo éxito social destes ou porque o fai a competencia-.

Interactividade e participación¹⁵⁸:

Variable 9. Acomodo da interactividade á necesidade de feedback dos contidos. A edición en rede recorre á interactividade porque algunha das súas informacións precisa retroalimentarse co discurso dos internautas.

Variable 10. Posibilidade de ‘personalizar’ a información. A edición en rede permite ao internauta converterse nun xestor do propio contido do medio, un *gatekeeper* que selecciona tanto os ámbitos do discurso informativo sobre os que desexa recibir noticias como a disposición visual en que estas lle son mostradas.

¹⁵⁸ Este apartado garda unha moi estreita relación coa utilización de redes sociais. Neste caso, a modalidade de interacción ten máis que ver cos clásicos comentarios ou valoracións de contidos xornalísticos. O emprego, implementación e presenza en redes sociais, se ben pola súa importancia crecente merece conformar un apartado propio, debe ser estudado en franca relación coa interacción entre os usuarios e o medio.

Variable 11. Xusta relevancia das réplicas do internauta na configuración do discurso informativo. A edición en rede confire ao discurso interactivo dos seus usuarios o valor informativo exacto que esixen a ética, a corrección e o estilo xornalísticos. No caso da información deportiva, esta variable resulta especialmente crítica: en non poucas ocasións os medios son proclives a converter en noticia (mesmo de portada) as opinións dos seus lectousuarios.

Variable 12. Contacto 'útil' do usuario co medio. Os recursos interactivos que incorpora a edición en rede cumpren unha función definida na globalidade do seu fluxo informativo.

Frecuencia de actualización:

Variable 13. Adaptación á necesidade real de renovación dos contidos. A información determina a frecuencia de actualización da edición en rede. As rutinas produtivas e editoriais do medio non marcan un ritmo periódico de substitución de contidos. Este aspecto, co paso dos anos, parece que se vincula inequívocamente ao fenómeno da *instantaneidade* e do tempo real. Así, debe contemplarse o seguemento de eventos en tempo real, por exemplo.

Variable 14. Garantía de sedimentación da mensaxe xornalística. A frecuencia de actualización da edición en rede avala a continuidade temporal dos contidos e, mercé a unha correcta aplicación da hipertextualidade, vincula informacións asíncronas aínda que contextualmente relacionadas para deixar un “pouso” informativo preciso na mente dos internautas (García de Torres e Pou Amérigo, 2003: 70). en la mente de los internautas (García de Torres y Pou Amérigo, 2003: 70).

Variable 15. Ampliación e/ou renovación de contidos. A edición en rede concibe a actualización da mensaxe xornalística como un mecanismo de mellora e enriquecemento da información e renuncia a servirse desta práctica como un instrumento sistemático de rectificación de contidos.

Contido¹⁵⁹:

Variable 16. Diferente tratamento xornalístico da información de portada respecto da edición impresa. Os contidos destacados na páxina de inicio da edición en rede e na portada do medio impreso son substancialmente distintos ou, aínda sendo iguais, son abordados con enfoques xornalísticos diverxentes.

Variable 17. Enriquecemento da información de portada mediante as potencialidades do soporte telemático –en comparación coa edición impresa. A edición en rede sèrvese do hipertexto, os recursos multimedia e a interactividade para desenvolver unha mensaxe xornalística moito máis complexa que a que ofrece, coas limitacións inherentes ao seu propio soporte, o medio impreso.

Presencia en Redes Sociais: hoxe en día resulta indiscutible a preeminencia da que gozan as redes sociais. A rede de *micro-blogging* Twitter ten demostrado ser capaz de determinar os fluxos informativos e de noticiabilidade dos medios de comunicación xeralistas. Por iso, é indispensable xustipreciar e, por tanto, analizar o emprego das ferramentas

¹⁵⁹ Estas dúas variables gozaron de especial atención na nosa análise. En gran medida porque existen dúas actitudes diferenciadas nos medios de información deportiva: aqueles que empregan o maior número de recursos posibles á hora de enriquecer, diferenciar e actualizar a información, e aqueles que simplemente centran os contidos nos disponibles na versión impresa, con escasa actualización. Ademais, en certo modo as variables deste apartado son enteiramente transversais, están configuradas pola suma de outras analizadas de xeito individualizado en apartados anteriores.

e aplicacións (dos *social media*) por parte dos medios de comunicación. Deste xeito, podemos distinguir tres finalidades aparelladas ao emprego das diversas ferramentas ou aplicacións xurdidas nos últimos anos grazas á converxencia tecnolóxica e que facilitan, dun xeito ou doutro, a interacción e a participación dos usuarios co medio de comunicación e/ou o fluxo informativo. Son as seguintes:

Variable 18. Ferramentas e aplicacións básicas de fomento da participación e da interactividade. Emprego de:

Blogs, foros, comentarios, etc.
Micro-blogging (*Twitter, Tumblr* por ex.).
Redes sociais (*Facebook, Linkelin, Google+, Tuenti...*).
Agregadores (*Google Reader, Netvibes*).

Variable 19. Ferramentas e aplicacións de colaboración en rede. Emprego de:

Marcadores sociais (*Del.icio.us*, por ex.).
Filtros sociais de noticias (*Menéame, Reddit...*).

Variable 20. Ferramentas multimedia. Emprego de:

Fotografía (*Flickr*, por ex.).
Vídeo (*Youtube, Vimeo*).

Esta ferramenta que propoñemos será empregada con portadas xerais de cibermedios así coma coas portadiñas e contidos das seccións co obxectivo de chegar a un coñecemento profundo dos medios *online* que nos permitan

saber, de xeito certo, ata que nivel aproveitan as características propias da súa cibermedialidade¹⁶⁰.

¹⁶⁰ Esta ferramenta foi testada para comprobar a súa operatividade polo doutorando conxuntamente co doutor Moisés Limia Fernández. Para a inclusión como ferramenta novidosa nesta parte final da tese de doutoramento foi revisada, actualizada e mellorada.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ALCOBA, A. (1980): *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: Edición de autor.
- ALCOBA, A. (1987): *Deporte y comunicación*. Madrid: Dirección General de Deportes de la Comunidad Autónoma de Madrid.
- ALCOBA, A. (1993): *¿Cómo hacer periodismo deportivo?*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- ALCOBA, A. (1999): *La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte, y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid: Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte, Universidad Complutense.
- ALCOBA, A. (2005): *Periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- ALONSO, J. e MARTÍNEZ, L. (2003): “Medios interactivos: caracterización y contenidos”. En: DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.): *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- ÁLVAREZ POUSA, L. (1999): *Proyecto docente*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- ANDREWS, P. (2005): *Sports journalism: a practical guide*. London: Sage.
- ANTÓN, M. (2004): “Las funciones de la comunicación infantil y juvenil especializada”. En FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.
- ÁLVAREZ MARCOS, J. (2003): “El periodismo ante la tecnología hipertextual”. En: DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.): *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

- ARANGO FORERO, G. (2005): "Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo". En *Palabra-Clave*, núm.13. Bogotá: Universidad de la Sabana.
- ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI, J. e MESO, K. (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel, 1996.
- AVOGADRO, M. (2005): "Periodismo científico. Acceso a la Información y Cibercultura: algunas definiciones" [en línea]. En *Razón y Palabra*, núm. 43, febrero 2005. Disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/febrero.html>>. [Consulta: 1 de xaneiro de 2008].
- AZKARATE, A.; HERNÁNDEZ, J. A. e NÚÑEZ, J. (1992): "Balleneros vascos del siglo XVI (Chateau Bay, Labrador, Canadá). Estudio arqueológico y contexto histórico" [en línea]. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- BANDRÉS, E. *et al.* (2000): *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós.
- BARDIN, L. (1986): *Análisis de contenido*. Madrid: Akal. [Ed. orixinal: 1977].
- BARREAU, J. J. e MORNE, J. J. (1991): *Epistemología y antropología del Deporte*. Madrid: Alianza.
- BEL, I. (2004): "La información local y regional". En FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.
- BELENGUER, M. (2002): *Periodismo de viajes. Análisis de una especialización periodística*. Sevilla: Comunicación Social.

- BELL, D. (1991): *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- BENITO, M. (1995): "Las autopistas de la información cambiarán el mundo. Con el desarrollo de las infraestructuras nacionales de comunicación" [en línea]. En *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 42, xuño-agosto. Disponible en: <http://www.campusred.net/Telos/anteriores/num_042/index_042.html?actuali_noticias0.html> [Consulta: 15 de noviembre de 2007].
- BERGANZA CONDE, M. R. (2005): *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- BEZUNARTEA, O.; HOYO, M. e MARTÍNEZ, F. (1998): *21 lecciones de periodismo*. Bilbao: Servicio de Publicaciones Universidad del País Vasco.
- BILLINGS, A.C. (2010a): *Communication about sports media: cultures collide*. Barcelona: Aresta.
- BILLINGS, A.C. (ed.) (2010b): *Olympic media: inside the biggest show on television*. London: Routledge.
- BILLINGS, A.C. (ed.) (2011): *Sports media: transformation, integration, consumption*. New York: Routledge.
- BILLINGS, A.C.; BUTTERWORTH, M.L. e THURMAN, P.D. (2012): *Communication and sport: surveying the field*. Thousand Oaks, California: Sage.

- BLANCO, J. M. (2001): “Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático”. En *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 11. Disponible en: <<http://www.ehu.es/zer/zer11web/jmblanco.htm>> [Consulta: 14 de xaneiro de 2008].
- BLANCO CASTILLA, E. e ESTEVE RAMÍREZ, F. (2010): *Tendencias del periodismo especializado*. Málaga: Universidad de Málaga.
- BOROBIO, L. (1981): “El fraccionamiento del saber”. En *Nuestro Tiempo*, núm. 321. Pamplona.
- BORRAT, H. (1989): *Proyecto docente*. Barcelona: Departamento de Periodismo, Facultade de Ciencias de Comunicación da Universidade Autónoma de Barcelona.
- BORRAT, H. (1993): “Hacia una teoría de la especialización periodística”. En *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, nº 15, páxs. 79-84.
- BOURG, J. F. e NYS, J. F. (1994): “Economía del deporte y de la televisión”. En *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 38, xuño-agosto. Disponible en: <http://www.campusred.net/TELOS/anteriores/num_038/index_038.html?cuaderno_central2.html> [Consulta: 10 de xaneiro de 2008].
- BOYD, D.; GOLDER, S.; LOTAN, G. (2010): “Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter”. En *43rd Hawaii International Conference on System Sciences*. Disponible en: <<http://www.danah.org/papers/TweetTweetRetweet.pdf>> [Consulta: 10 de marzo de 2012]
- BRANNEN, J. (Ed.) (1992): *Mixing methods: qualitative and quantitative approaches*. Avebury: Aldershot.

- BRIT WYCKOFF, E. (2008): *The Man Who Invented Basketball: James Naismith and His Amazing Game*. New Jersey: Enslow Publishers.
- CAGIGAL, J. M. (1966): *Deporte, Pedagogía y Humanismo*. Madrid: Publicaciones del Comité Olímpico Español.
- CAGIGAL, J. M. (1981): *¡Oh deporte! (Anatomía de un gigante)*. Valladolid: Miñón.
- CAGIGAL, J. M. (1985): "Pedagogía del deporte como educación". *Revista de Educación Física. Renovación de teoría y práctica* (3), pp. 5-11.
- CASASÚS, J.M. e NÚÑEZ LADEVEZE, L. (1991): *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- CASTAÑÓN, J. (1993): *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Valladolid.
- CASTAÑÓN, J. (1994): *Nuevos retos del periodismo deportivo*. Valladolid: Edición do autor. Disponible en: <<http://www.idiomaydeporte.com/libro4.htm>> [Consulta: 12 de xaneiro de 2010]
- CASTAÑÓN, J. (2002): *Tendencias actuales en el idioma del deporte*. Salamanca: Edición do autor.
- CASTAÑÓN, J. (2005a): *Diccionario Terminológico del Deporte*. Gijón: Ediciones Trea.
- CASTAÑÓN J. (2005b): "El juego de la violencia verbal en el fútbol" [en liña]. En *Idioma y deporte, I Congreso Nacional de Peñas de Fútbol*, 2005. Disponible en: <<http://www.idiomaydeporte.com/violencia.htm>>. [Consulta: 20 de xaneiro de 2008].

- CASTAÑÓN, J. (2006): "El léxico periodístico del deporte: las palabras en juego". En *Encuentro 'El idioma español en el periodismo deportivo'*. Sevilla: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- CASTEJÓN, F. J. (2001): *Iniciación deportiva. Aprendizaje y enseñanza*. Madrid: Pila Teleña (edición electrónica).
- CASTELLS, M. (1996): *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- CEA D'ANCONA, M. A. (1999): *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- CHACÓN GUTIÉRREZ, I. e GARCÍA JIMÉNEZ, A. (2001): "Documentación para el periodismo especializado". En *Revista general de información y documentación*, vol. 11, nº 2. Páxs. 33-60.
- CHINCHILLA MAZARIEGOS, O. (1992): "El juego de pelota en la escritura y el arte maya clásico: interpretaciones recientes". En URIARTE, M. T. (ed.): *El juego de pelota en Mesoamérica: Raíces y supervivencia*. México: Siglo XXI.
- CHIVELET, M. (2002): "La prensa infantil en la sociedad de la información". En FERNÁNDEZ SANZ *et al.* (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, pp. 475-486.
- COAKLEY, J. (2004): *Sports in society: issues and controversies*. Boston: McGraw-Hill.
- COE, M. D. (2003): "Another Look at the Maya Ballgame". En DOMENICI, D; ORSINI, C. e VENTUROLI, S. (eds.): *Il sacro e il paesaggio nell'America indigena*. Bologna: CLUEB, pp. 197-204.

- COLLADO CABEZA, E. (2011): *El microblogging en el periodismo español: Relaciones de los directores de medios en Twitter*. EUA: Lulu Press.
- DAVARA, M. A. (1996): *De las autopistas de la información a la sociedad virtual*. Pamplona: Aranzadi.
- DE PABLOS, J. M. (2001): "Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 7, pp. 57-67, Madrid, Universidad Complutense.
- DEMERS, D. e NICHOLS, S. (1987): *Precision Journalism. A practical guide*. Londres: C. Sage.
- DENZIN, N. K. (1978): *The research act. A theoretical introduction to sociological methods* (2nd edition). New York: McGraw Hill.
- DEVOTO, G. (1972): "Lingue Speciale. La cronache del calcio". En *Scritti minori III*. Florencia: Le Monnier. Páxs. 164-169.
- DE PABLOS, J. M. (1997): "Periodismo especializado en turismo". En ESTEVE, F. (coord.): *Estudios sobre Información Periodística Especializada*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo-CEU.
- DE SAHAGÚN, B. (1990): *Historia general de las cosas de Nueva España*. Tomo Tercero. Libro Décimo. México: Imprenta del ciudadano Alejandro Valdés.
- DÍAZ NOCI, J. (2001): *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.) (2003): *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

- DÍAZ NOSTY, B. (1998): *Informe anual de la comunicación. Estado y tendencia de los medios en España 1997- 1998*. Madrid: Grupo Zeta.
- DIEM, C. (1966): *Historia de los deportes*. Barcelona: Diamante.
- DOMÍNGUEZ PÉREZ, J.P. (2009): “Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo”. En *Razón y Palabra*, núm. 69. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/ENSAYO%20SOBRE%20LA%20CUADRUPLE%20ESPECTACULARIDAD%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf> [Consulta: 13 de setembre de 2010]
- D’ORS, A. (1969): *Sistemas de la ciencia*. Vol. 3. Pamplona: EUNSA.
- DRUCKER, P. F. (1959): *Landmarks of Tomorrow*. New York: Harper.
- DRUCKER, P. F. (1969): *The Age of Discontinuity*. New York: Harper & Row.
- DRUCKER, P. F. (1994): *Post-capitalist Society*. New York: Harper Business.
- EARNHEARDT, A.C.; HARIDAKIS, P.M. e HUGENBERG, B.S. (eds.) (2012): *Sports fans, identity and socialization: exploring the fandemonium*. Lanham: Lexington Books.
- EDO, C. (2002): *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*. Sevilla: Comunicación Social.
- ESTEVE RAMÍREZ, F. (1999): *Comunicación Especializada*. Alicante: Tucumán.
- ESTEVE RAMÍREZ, F. e FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (1999): *Áreas de Especialización Periodística*. Madrid: Fragua.

- FERNÁNDEZ, L. (2012): *El periodismo en el ámbito del deporte. Un análisis desde 2001 al 2011*. Madrid: Editorial Fragua.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (1983): *Proyecto Docente*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.) (2004): *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. e ESTEVE RAMÍREZ, F. (1993): *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid: Síntesis.
- FERNÁNDEZ PARRAT, S. (2008): *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Intiyan (Ediciones CIESPAL).
- FERNÁNDEZ SANZ, J.J. (2002): "Sobre el estado actual de la investigación de la prensa especializada en España". En FERNÁNDEZ SANZ, J.J.; RUEDA LAFFORD, J.C. e SANZ ESTABLÉS, C. (eds.): *Prensa y Periodismo especializado. Historia y realidad actual*. Guadalajara: Ediciones Guadalajara.
- FEYERABEND, P. (1985): "La ciencia como un arte". En *Adiós a la razón*. Madrid: Tecnos.
- FILLOY NADAL, L. (2001): "Rubber and Rubber Balls in Mesoamerica". En WHITTINGTON, E. M. (ed.): *The sport of life and death. The Mesoamerican Ballgame*. New York: Thames & Hudson.
- FLICK, U. (1998): *An introduction to qualitative reserach*. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- FONTCUBERTA, M. (1992): *Proyecto Docente*. Barcelona: Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

- FONTCUBERTA, M. (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- FONTCUBERTA, M. (1997): "Propuestas sistémicas para el análisis y producción de información periodística especializada". En ESTEVE RAMÍREZ, F. (coord.): *Estudios sobre Información Periodística Especializada*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- FONTCUBERTA, M. (1999): "Pauta y calidad informativa". En *Cuadernos de Información. Estudios, investigaciones y ensayos*, nº 13.
- FOX, J. G. (1996): "Playing with Power: Ballcourts and Political Ritual in Southern Mesoamerica". En *Current Anthropology*, núm. 37 (3), pp. 483-509.
- FUENTES, J.F. e FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J. (1998): *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid: Síntesis.
- GAILLARD, P. (1972): *Técnica del Periodismo*. Barcelona: Oikos-Tau.
- GALINDO ARRANZ, F. (2000): *Guía de los géneros periodísticos*. Santiago de Compostela: Tórculo Edicións.
- GALLEGO, J. (2003): *Información de Sociedad: del "suceso" a la calidad de vida*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- GARCÍA, E., MORAGAS, M. e GÓMEZ, M (1994): "El deporte en las televisiones españolas. Un papel creciente en la programación". En *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 38, xuño-agosto. Disponible en: http://www.campusred.net/TELOS/anteriores/num_038/index_038.html?cuaderno_central3.html [Consulta: 10 de xaneiro de 2008].

- GARCÍA BLANCO, B. (1997): "Origen del concepto «deporte»". *Habilidad motriz* (9), pp. 41-44.
- GARCÍA CANDAU, J. (1990): "El lenguaje en la información deportiva". En *El idioma Español en las agencias de prensa*. Madrid: EFE y Fundación Germán S. Ruipérez.
- GARCÍA CANDAU, J. (2004): "La crónica deportiva". En FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.): *Periodismo Especializado*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- GARCÍA DE TORRES, E. e POU AMÉRIGO, M. J. (2003): "Características de la comunicación digital". En: DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.): *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona: Ariel.
- GARCÍA FERRANDO, M. (1990): *Aspectos sociales del deporte*. Madrid: Alianza.
- GARCÍA MOLINA, E.T. (2011): "La impronta del lenguaje deportivo". En *Deporte y Lenguaje. Estudios sobre Ciencia del Deporte*. Madrid: CSD, núm. 33.
- GINESTA, X. (2010): *Les Tecnologies de la Informació i la Comunicació i l'esport: una anàlisi de la Primera Divisió espanyola de futbol (2006-2008)*. [Tese doutoral]. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en: <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/4214/xgp1de1.pdf?sequence=1> [Consulta: 30 de febreiro de 2011].
- GISONDI, J. (2010): *Field guide to covering sports*. Washington: CQ Press.
- GOMIS, L. (1987): *El medio media*. Barcelona: Mitre.

- GOMIS, L. (2008): *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOCpress.
- GONZÁLEZ RAMALLAL, M.E. (2004): *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España* [Tese doutoral]. A Coruña: Universidade da Coruña.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2002): “El lenguaje deportivo, entre coloquial y literario”. En Isla de Arriarán. Revista Cultural y Científica, vol. XIX, junio, pp. 365-382.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2004): “La importancia del neologismo en el lenguaje deportivo”. *Actas del V Congreso de Lingüística General*. Madrid: Arco/Libros, vol. II, pp. 1493-1506.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2005): “Sobre norma y uso en el lenguaje deportivo”. En GUERRERO SALAZAR, S. e MEDINA GUERRA, A. M. (coords.): *Lengua española y medios de comunicación: norma y uso*. Málaga: VG Ediciones y Junta de Andalucía, pp. 69-94.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2006a): “Relevancia de la manipulación léxica en el discurso deportivo”. En CASADO VELARDE, VELARDE, M.; GONZÁLEZ RUIZ. E ROMERO GUALDA, M.V. (eds.): *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores. Actas del I Congreso Internacional*. Madrid: Arco/Libros, vol. II, pp. 1377-1397.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2006b): “Expresividad, creatividad y juego en el lenguaje deportivo”. *Actas del Encuentro El Idioma español en el periodismo deportivo*. Sevilla: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- GUERRERO SALAZAR, S. (2007): *La creatividad en el lenguaje periodístico*. Madrid: Cátedra.

- HARRISON, J. (2010): "User-generated content and gatekeeping at the BBC hub". En *Journalism Studies*, vol. 12, núm. 2, pp. 243-256.
- HEIDENREICH, M (2003): „Die Debate um die Wissensgesellschaft“. En BÖSCHEN, S. e SCHULZ-SCHAEFFER, I. (eds.): *Wissenschaft in der Wissensgesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- HENRY, I. P. (2005a): *Sport and multiculturalism: a European perspective* [en líña]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. Disponible en: <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp102_eng.pdf> [Consulta: 2 de abril de 2008].
- HENRY, I. P. (2005b): "Playing Along: Sport as a Means for Social Integration "[en líña]. Magglingen (Suíza): 2nd Conference on Sport and Development. Disponible en: <http://www.magglingen2005.org/downloads/04_social_integration.pdf> [Consulta: 2 de abril de 2008].
- HÉRBERT, G. (1946): *Le sport contre l'éducation physique*. París: Librairie Vuibert.
- HERMIDA, A. (2010): "Twittering the news: The emergence of ambient journalism". En *Journalism Practice*, vol. 4, núm. 3, pp. 297-308.
- HERMIDA, A.; DOMINGO, D.; HEINONEN, A.; PAULUSSEN, A.; SINGER, J.B.; QUANDT, T.; REICH, Z.; VUJNOVIC, M. (2011): "The Active Recipient: Participatory Journalism Through the Lens of the Dewey-Lippmann Debate". En *International Symposium on Online Journalism 2011*. Austin: University of Texas. Disponible en: <<http://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/Hermida2011.pdf>> [Consulta: 17 de febreiro de 2012]

- HERNÁNDEZ ALONSO, N. (2003): *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.
- HERNÁNDEZ MORENO, J. (1994): *Fundamentos del deporte. Análisis de las estructuras del juego deportivo*. Zaragoza: Inde.
- HERRERO, C. (2004): "Géneros para la divulgación periodística". En FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.): *Periodismo Especializado*. Barcelona: Ariel.
- HINOJOSA MELLADO, M.P. (2002): "Revistas femeninas: situación actual y tendencias". En FERNÁNDEZ SANZ *et al.* (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, pp. 529-538.
- HOWE, J. (2008): *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. New York: Crown Business.
- HSU, L. (2000): "From physical education to sports education? A possible tendency". *Bulletin of Physical Education*, núm. 36, pp. 79-90.
- HUGENBERG, L.W.; HARIDAKIS, P.M. e EARNHEARDT, A.C. (eds.) (2008): *Sports mania: essays on fandom and the media in the 21st Century*. Jefferson, NC: McFarland.
- HUNDLEY, H.L. e BILLINGS, A.C. (eds.) (2010): *Examining identity in sports media*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- INTERNATIONAL KORFBALL FEDERATION (1985): *Korfball: the only mixed team sport*. Woundenberg: International Korfball Federation.
- ISASI, A. (2006): *La construcción del derbi futbolístico Real Madrid C.F. – F.C. Barcelona en el discurso periodístico del El País y La Vanguardia entre 1996 y 2004*. [Tese doutoral]. Inédita.

- JIMÉNEZ MORELL, M. (2002): "Orígenes y primeros pasos de la prensa femenina en España". En FERNÁNDEZ SANZ *et al.* (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, pp. 129-136.
- JONES, D. E. e BARÓ i QUERALT, J. (1996): "La premsa". En JONES, D. E. (coord.): *Esport i mitjans de comunicació a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Centre d'Investigació de la Comunicació/Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, Universitat Autònoma de Barcelona.
- KELLE, U. (2001): "Sociological Explanations between Micro and Macro and the Integration of Qualitative and Quantitative Methods" [en línia]. En: *Forum: Qualitative Social Research* [xornal on-line], núm.2. <<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-01/1-01kelle-e.htm>> [Consulta: 1 de abril de 2008].
- KERLINGER, F. N. (1986): *Foundations of behavioral research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- KESSEL, JOSEPH (2003): *Los jinetes*. Barcelona: Destino Ediciones.
- KNORR-CETINA, K. (1998): "Sozialität mit Objekten. Soziale Beziehungen in post-traditionalen Wissensgesellschaften". En RAMMERT, W. (1998): *Technik und Sozialtheorie*. Frankfurt: Campus-Verlag, pp. 83-120.
- KOPPET, L. (1994): *Sport Illusion, Sport Reality: A Reporter's View of Sport's, Journalism and Society*. Urbana: University of Illinois Press. [Edición orixinal: 1981]
- KRIPPENDORFF, K. (1990): *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

- KROHN, W. (1997): "Rekursive Lernprozesse: Experimentelle Praktiken in der Gesellschaft". En RAMMERT, W.; BECHMANN, G. (eds.): *Technik und Gesellschaft. Jahrbuch 9: Innovation – Prozesse, Produkte, Politik*. Frankfurt: Campus-Verlag, pp. 65-89.
- KRÜGER, K (2006): *El concepto de "Sociedad del Conocimiento"*. En *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Serie Documental de Geo Crítica, vol. XI, núm. 683. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- KURJACK, E. B.; MALDONADO, C. R. e GREENE ROBERTSON, M. (1991): "Ballcourts of the Northern Maya Lowlands". En SCARBOROUGH, V. e WILCOX, D.R. (eds.): *The Mesoamerican Ballgame*. Tucson: University of Arizona Press.
- LANDERS, D. M. (Ed.) (1977): *Social Problems in Athletics*. Chicago: University of Illinois Press.
- LÁZARO CARRETER, F. (1998): *El dardo en la palabra*. Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores.
- LEVINSKY, S. (2002): *El deporte de informar*. Buenos Aires: Paidós.
- LEWIN. K (1947): "Frontiers in Group Dynamics. II Channels of Group Life: Social Planning and Action Research". En *Human Relations*, vol. 1, núm.2, pp. 143-155.
- LLANO, R. (2008): *La especialización periodística*. Madrid: Tecnos.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2002): "El periodismo especializado en Internet: el caso de Galicia". En FERNÁNDEZ SANZ *et al.* (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, pp. 627-642.

- LÓPEZ HIDALGO, A. (2005): "Una nueva lectura de la Teoría de los géneros periodísticos". En *Anthropos*, núm. 209, pp. 83-90.
- LUHMANN, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. Madrid: Anthropos.
- LUNDVALL, B. e JOHNSON, B. (1994): *The Learning Economy*. En *Journal of Industry Studies*, vol. 1, pp. 23-42.
- LUPO, V. (2004): *Historia Política del Deporte Argentino (1610-2002)*. Buenos Aires: Corregidor.
- LÜSCHEN, G. e WEIS, K. (1976): *Sociología del deporte*. Valladolid: Miñón.
- MANDELL, R. (1984): *Historia cultural del deporte*. Barcelona: Bellaterra.
- MARÍN MONTÍN, J. (2001): "La cobertura televisiva del fútbol en el Sur de Brasil y de España: RBS, Canal Sur". En *Ámbitos*, núm. 6, enero-junio, pp. 263-278.
- MARÍN MONTÍN, J. (coord.) (2005): *Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MARÍN MONTÍN, J. (2009): *Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica*. Madrid: Visión Libros.
- MARÍN MONTÍN, J. (coord.) (2012): *Deporte, comunicación y cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MARSDEN, K. E. (1948): *Specialized Journalism*. London: Southern Editorial Syndicate.

- MARTIN, J. (1980): *La Sociedad Interconectada*. Madrid: Editorial Tecnos.
- MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. (2002): "Evolución del concepto de prensa universitaria: un producto periodístico especializado". En FERNÁNDEZ SANZ *et al.* (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, pp. 461-474.
- MAXWELL, J. A. (1998): "Designing a qualitative study". En TASHAKKORI, A. e TEDDLIE, C. (1998): *Mixed methodology. Combining qualitative and quantitative approaches* (Applied Social Research Methods Series, vol. 46). London: Sage.
- McKILLOP, H. (2004): *The ancient Maya: new perspectives*. California: ABC CLIO Inc.
- McQUAIL, D. (1999): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- MERCADO SÁEZ, M.T. (2010): "Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado". En *Questión. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, vol. 1, núm. 28. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/147> [Consulta: 10 de xaneiro de 2012]
- MILLER, M. E. (2001): "The Maya Ballgame: Rebirth in the Court of Life and Death". En WHITTINGTON, E. M. (ed.): *The sport of life and death. The Mesoamerican Ballgame*. New York: Thames & Hudson.
- MOLES, A. (1978): *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

- MORAGAS, M. (2007): “Comunicación y deporte en la era digital” [en línea]. Barcelona: Centre d’Estudis Olímpics, UAB. Disponible en: <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_spa.pdf> [Consulta: 5 de marzo de 2008].

- MORAGAS, M. (1994): *Televisión, deporte y Movimiento Olímpico: las próximas etapas de una sinergia* [en línea]. Barcelona: Centre d’Estudis Olímpics UAB. Disponible en: <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp027_spa.pdf> [Consulta: 14 de xaneiro de 2008].

- MUÑOZ GUILLÉN, J.A. (2001): “Definición de Deporte” [en línea]. Disponible en: <<http://www.tiquicia.com/columnas/deportes/016q20501.asp>>

- MUÑOZ-TORRES, J.R. (1997): “Aproximación al concepto de información periodística especializada”. En ESTEVE RAMÍREZ, F. (coord.): *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

- MYERSCOUGH, K. (1995): “The game with no name: the invention of basketball”. En *The International Journal of The History of the Sport*, vol. 12, abril, pp. 137-152.

- NAISMITH, J. (1996): *Basketball. Its Origin and Development*. Nebraska: University of Nebraska Press. (Edición orixinal: 1941)

- NARANJO DE ARCOS, A. (2011): *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género relevante. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona*. [Tese doutoral] Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

- NIEBUHR, H. (1961): *Basketball-Tips: Technik und Taktik des Basketballspiels*. Frankfurt: W. Limpert.
- NOGUERA VIVO, J.M. (2010): "Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook". En *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 64, pp. 176-186. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html> [Consulta: 19 de abril de 2012]
- NÚÑEZ LADEVEZE, L. (1979): *El lenguaje de los "media"*. Madrid: Pirámide.
- OECD (1996): *The Knowledge-based Economy*. Arbeitspapier Nr. OECD/GD(96)102. París.
- OLIVERA, J. (2006): "Hacia una nueva comprensión del deporte. Factores endógenos y exógenos". *Apunts: Educación Física y Deportes* (86), pp. 3-6.
- ORIVE, P. (1977): *Estructura de la Información Periodística I*. Madrid: Pirámide.
- ORIVE, P. e FAGOAGA, C. (1974): *La especialización en el periodismo*. Barcelona: Mitre.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1981): *La rebelión de las masas*. Madrid: Espasa-Calpe. (Edición orixinal: 1930).
- PALOMO TORRES, M. B. (2004): *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social.
- PANIAGUA, P. (2003): *Información deportiva, especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua.
- PARLEBAS, P. (1986): *Éléments de sociologie du sport*. Paris: UPF.

- PATTEN, D. (1988): *Los periódicos y los nuevos medios de comunicación*. México: Prisma.
- PEDERSEN, P.M.; MILOCH, K.S. e LAUCELLA, P.C. (2007): *Strategic Sport Communication*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- PETERSON, R. W. (2002): *Cages to jump shots. Pro basketball's early years*. Nebraska: University of Nebraska Press.
- PIERNAVIEJA, M. (1966): "Depuerto, deporte, protohistoria de una palabra". En *Citus, Altius, Fortius*, vol. 1-2, núm.7.
- PILA, A. (1989): *Preparación Física*. Madrid: Editorial Pila Teleña.
- QUESADA, M. (1993): "El nou impuls del periodisme especialitzat". En *Treballs de Comunicació*, núm. 4. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació.
- QUESADA, M. (1995): "La especialización en la prensa diaria de información general". En *Periodística*, nº 8. Páxs. 75-111.
- QUESADA, M. (1998): *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- QUESADA, M. (2001): "Periodismo especializado". En GALDÓN, G. (coord.): *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Ariel.
- RAINS, R.; CARPENTER, H. e WILLIAMS, R. (2009): *James Naismith: The Man Who Invented Basketball*. Philadelphia: Temple University Press.

- RAMÍREZ DE LA PISCINA, T. (1999a): “Realidad y utopía de la especialización en el periodismo” [en liña]. En *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 6, maio. Disponible en: <http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_38/cuaderno_central.html> [Consulta: 20 de xaneiro de 2008].
- RAMÍREZ DE LA PISCINA, T. (1999b): “Claroscuros tras un cuarto de siglo”. En *VI Congreso Iberoamericano de Periodistas Especializados y Técnicos*. Barcelona: AIPET.
- RAMONET, I. (1999): *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- RANEY, A.A. e BRYANT, J. (eds.) (2006): *Handbook of sport and media*. Mahwah, NJ: LEA.
- REICH, R. B. (1992): *The Work of Nations. Preparing Ourselves for the 21st Century*. New York: Vintage Book.
- RIEZU, J. (1972): *El deporte en la perspectiva sociológica*. Madrid: Arbor.
- RIVENBURGH, N. K. (1994): “Televisión y movimiento olímpico. La difícil construcción de un mundo mejor”. En *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 38, xuño-agosto. Disponible en: <http://www.campusred.net/TELOS/anteriores/num_038/index_038.html?cuaderno_central8.html> [Consulta: 11 de xaneiro de 2008].
- RIVERS, W. e SCHRAMM, W. (1969): *Responsability in Mass Communication*. New York: Harper and Row.

- ROBLES RODRÍGUEZ, J.; ABAD ROBLES, M.T. e GIMÉNEZ FUENTES-GUERRA, F.J. (2009): "Concepto, características, orientaciones y clasificaciones del deporte actual" [en línea]. *Efdeportes.com*. Disponible en: <<http://www.efdeportes.com/efd138/concepto-y-clasificaciones-del-deporte-actual.htm>> [Consulta: 25 de agosto de 2011]
- RODRÍGUEZ WANGÜEMERT, C. (2004): "Especialización y divulgación en la prensa diaria. El caso de la información local". En SANZ ESTABLÉS, C.; SOTELO GONZÁLEZ, J. e RUBIO MORAGA, A.L.: *Prensa y Periodismo especializado II*. Actas II Congreso de Periodismo Especializado. Madrid: Editores del Henares.
- ROJAS TORRIJOS, J.L. (2011): *Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Madrid: Fragua.
- ROWE, D. (2004): *Sport, culture and the media* (2nd edition). Buckingham: Open University Press.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (1999): *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SALAVERRIA, R. (2005a): *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA.
-
- SALAVERRIA, R. (2005b): *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2005): "Análisis de contenido cuantitativo de medios". En BERGANZA CONDE, M. R. e RUIZ SAN ROMÁN, J. A. (2005): *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- SÁNCHEZ BAÑUELOS, F. (1992): *Bases para una didáctica de la educación física y el deporte*. Madrid: Gymnos.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, M. (1995): "Concepciones del Periodismo Especializado". En *Comunicación y Estudios Universitarios*, núm. 5. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- SAPERAS, E. (1987): *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.
- SCHEFFLER, L. (1984): *El juego de pelota en Mesoamérica. Juegos y deportes en México*. México: INAH.
- SCHEFFLER, L. e REYNOSOS, R. (1985): *El juego de pelota prehispánico y sus supervivientes actuales*. México: Premi.
- SCHULTZ, B. (2005): *Sports media: reporting, producing and planning*. Burlington, MA: Focal Press.
- SEALE, C. (1999): *The quality of qualitative research*. Londres: Sage Publications.
- SECO, M. et al. (2000): *Diccionario abreviado del español actual*. Barcelona: Grupo Santillana de Ediciones S.A. - Aguilar lexicografía.
- SEIDLER, S. (1964): *Le sport et la presse*. París: Armand Colin.
- SEOANE, M.C. e SÁIZ, M.D. (1996): *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza Editorial.
- SHOEMAKER, P.J. (1991): *Gatekeeping*. Londres: Sage Publications.

- SINGER, J.B. (2005): "The political j-blogger: «Normalizing» and new media form to fit old norms and practices". En SAGE Publications (ed.): *Journalism*, núm. 6, pp. 173-198.
- SINGER, J.B. (2011): "Taking Responsibility: Legal and ethical issues in participatory journalism". En SINGER, J.B.; HERMIDA, A.; DOMINGO, D.; HEINONEN, A.; QUANDT, T.; REICH, Z.; VUJNOVIC, M. (2011): *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Oline Newspapers*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- SINGER, J.B.; HERMIDA, A.; DOMINGO, D.; HEINONEN, A.; QUANDT, T.; REICH, Z.; VUJNOVIC, M. (2011): *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- SOBRADOS LEÓN, M. (2003): "El tratamiento de la inmigración y la responsabilidad social del periodista. La especialización, una apuesta para cambiar la percepción de 'el otro'". En VV.AA. (2003): *Técnicas, procesos y ámbitos del periodismo especializado*. Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros.
- SOENGAS PÉREZ, X. (2003): "O xornalista especializado: formación e características". En *Estudios de Comunicación*, núm. 2. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- STAR HELMER, D. e OWENS, T. (2000): *The History of Basketball*. New York: The Rosen Publishing Group.
- STUCKEN, E. (1993). *Die weißen Götter*. Augsburg: Weltbild.
- SWALGIN, K. L. (2001): "Duck on the rock: the origins and mysteries of basketball". En *Kinesiology*, núm. 33. Zagreb: Faculty of Physical Education of the University of Zagreb.
- TEDLOCK, D. (1996): *Popol Vuh*. New York: Simon and Schuster.

- THOMPSON, J. E. (1970) *Maya history and Religion*. Norman: University of Oklahoma Press.
- THOMPSON, J. E. (1997): *Historia y religión de los mayas*. México: Siglo XXI.
- TOKOVININE, A. (2002): "Divine Patrons of the Maya Ballgame" [en línea]. En: *Mesoweb*. Disponible en: <www.mesoweb.com/features/tokovinine/Ballgame.pdf>.
- TRAPERO, M. (1994): "Del deporte medieval al deporte actual: Cuestiones semánticas (Historia de un cambio semántico)". En *El idioma español en el deporte* (Actas del Congreso Nacional celebrado en Logroño del 13 al 16 de mayo de 1992). Madrid: Agencia EFE - Gobierno de la Rioja, pp. 79-108.
- TUÑÓN, A. (1989): *Proyecto docente*. Barcelona: Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- TUÑÓN, A. (1993): "L'especialització en periodisme: un canvi de paradigma". En *Anàlisi*, núm. 15. Barcelona: Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- VARELA, J. (2012): "La prensa se rinde". En *estrelladigital.es*, 28-05-2012. Disponible en: <http://www.estrelladigital.es/blogs/juan_varela/prensa-rinde_7_1184351554.html> [Consulta: 28 de maio de 2012]
- VV.AA. (1947): *Una prensa libre y responsable* (por *The commission on freedom of the press*). Chicago: Chicago University Press.

- WEBB, E. J.; CAMPBELL, D. T.; SCHWARTZ, R. D. e SECHREST, L.B. (1966): *Unobtrusive Measures: Nonreactive Measures in the Social Sciences*. Chicago: Rand McNally.
- WEINGART, P. (2001): *Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*. Weilerswist: Velbrück.
- WHITNEY AZOY, G. (2003): *Buzkashi: Game and Power in Afghanistan* (2nd Edition). Illinois: Waveland Press.
- WHITTINGTON, E. M. (2001): *The sport of life and death. The Mesoamerican ballgame*. London: Thames & Hudson.
- WILLKE, H. (1998): *Systemisches Wissensmanagement*. Stuttgart: UTB/Lucius & Lucius.
- WIMMER, R. e DOMINICK, J. (1996): "Investigación sobre los Medios Audiovisuales". En: *La Investigación Científica de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- WIMMER, R. e DOMINICK, J. (2001): *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México: International Thomson.
- WOLTON, D. (2002): "Internet: entre instrumento económico y proyecto político". En VIDAL BENEYTO, J. (coord.): *La ventana global*. Madrid: Taurus.
- WOODWARD, K. (1974): "Medios de comunicación social del deporte". En VV.AA. (1974): *El deporte a la luz de la ciencia: perspectiva, aspectos, resultados*. Madrid: INEF.
- ZENDER, M. (2001): "The Ball's in Your Court: Rulership, Religion and Recreation in Classic Maya Ballgame Texts". Paper presented at the *8th Annual UCLA Maya Weekend*.

10. ANEXOS

10.1. ANEXO 1: ÍNDICE DE GRÁFICAS, IMAXES E TÁBOAS

10.1.1. Índice das gráficas por epígrafe

Título da gráfica	Epígrafe
Gráfica 1. Mapa coa distribución por Comunidades Autónomas dos equipos que participaron nalgunha tempada na máxima categoría do baloncesto español dende o ano 1957 ata a actualidade. Fonte: elaboración propia.	2.2.1.
Gráfica 2. Evolución do termo do latín “deporto” ás linguas romances. Elaboración propia baseada en García Blanco (1997).	4.3.1.1.
Gráfica 3. Clasificación dos xéneros xornalísticos. Elaboración propia a partir do cadro que aparece en Fernández Parrat (2008: 110).	4.3.5.
Gráfica 4. Porcentaxe de licenzas que acaparan os cinco deportes de equipo cun maior número de practicantes en España. Fonte: elaboración propia.	5.1.1.
Gráfica 5. Liña de evolución do número de licenzas individuais para a práctica do baloncesto en España. Fonte: elaboración propia con datos do Consello Superior de Deportes.	5.1.1.
Gráfica 6. Mapa coa distribución por Comunidades Autónomas dos equipos que participaron nalgunha tempada na máxima categoría do baloncesto español dende o ano 1957 ata a actualidade. Fonte: elaboración propia.	5.1.2.
Gráfica 7. Porcentaxe de novas publicadas por cada xornal sobre o total de 187 analizadas.	6.1.1.
Gráfica 8. Porcentaxe de novas por xénero masculino ou feminino.	6.1.2.
Gráfica 9. Xénero das novas por xornal.	6.1.2.
Gráfica 10. Xénero por ámbito.	6.1.2.
Gráfica 11. Ámbito das novas publicadas sobre baloncesto.	6.1.3.
Gráfica 12. Ámbito das novas por xornal.	6.1.3.
Gráfica 13. Importancia das novas publicadas sobre baloncesto.	6.1.4.
Gráfica 14. Importancia das novas por xornal.	6.1.4.
Gráfica 15 . Presenza das novas sobre baloncesto na portada xeral do medio.	6.1.5.
Gráfica 16. Novas sobre baloncesto na portada xeral.	6.1.5.

Gráfica 17. Presenza das novas na portada xeral por ámbito.	6.1.5.
Gráfica 18. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección de deportes.	6.1.6.
Gráfica 19. Novas sobre baloncesto na portada da sección de deportes.	6.1.6.
Gráfica 20. Presenza das novas na portada da sección de deportes por ámbito.	6.1.6.
Gráfica 21. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto na páxina do xornal.	6.1.7.
Gráfica 22. Espazo que ocupan as pezas por xornal.	6.1.7.
Gráfica 23. Autoría das novas sobre baloncesto publicadas.	6.1.8.
Gráfica 24. Autoría das novas sobre baloncesto por xornal.	6.1.8.
Gráfica 25. Autoría das novas por ámbito.	6.1.8.
Gráfica 26. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto.	6.1.9.
Gráfica 27. Xénero xornalístico das novas sobre baloncesto por xornal.	6.1.9.
Gráfica 28. Xénero xornalístico das novas por ámbito.	6.1.9.
Gráfica 29. Tema das novas sobre baloncesto.	6.1.10.
Gráfica 30. Tema das novas por xornal.	6.1.10.
Gráfica 31. Tema das novas por ámbito.	6.1.10.
Gráfica 32. Actores das informacións sobre baloncesto.	6.1.11.
Gráfica 33. Fontes das informacións sobre baloncesto.	6.1.11.
Gráfica 34. Acompañamento gráfico das novas.	6.1.12.
Gráfica 35. Presenza gráfica por xornal.	6.1.12.
Gráfica 36. Presenza gráfica por ámbito.	6.1.12.
Gráfica 37. Protagonistas das fotografías.	6.1.12.
Gráfica 38. Espazo que ocupan as fotografías –porcentaxe sobre o 48,7% que representan aquelas pezas que levan acompañamento gráfico-.	6.1.12.
Gráfica 39. Espazo que ocupa o acompañamento gráfico por xornal.	6.1.12.
Gráfica 40. A cor nas fotografías.	6.1.12.
Gráfica 41. Fotografías en cor por ámbito.	6.1.12.
Gráfica 42. Novas por xornal.	6.2.1.
Gráfica 43. Porcentaxe de novas por xénero masculino ou feminino.	6.2.2.
Gráfica 44. Xénero das novas por xornal.	6.2.2.

Gráfica 45. Xénero por ámbito.	6.2.2.
Gráfica 46. Ámbito das novas publicadas sobre baloncesto.	6.2.3.
Gráfica 47. Ámbito das novas por xornal.	6.2.3.
Gráfica 48. Importancia das novas publicadas sobre baloncesto.	6.2.4.
Gráfica 49. Importancia das novas por xornal.	6.2.4.
Gráfica 50. Presenza das novas sobre baloncesto na portada xeral do medio.	6.2.5.
Gráfica 51. Novas sobre baloncesto na portada xeral.	6.2.5.
Gráfica 52. Presenza das novas na portada xeral por ámbito.	6.2.5.
Gráfica 53. Presenza das novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes.”	6.2.6.
Gráfica 54. Novas sobre baloncesto na portada da sección “Deportes” por xornal.	6.2.6.
Gráfica 55. Presenza das novas na portada da sección de deportes por ámbito.	6.2.6.
Gráfica 56. Espazo que ocupan as novas sobre baloncesto na páxina do xornal.	6.2.7.
Gráfica 57. Espazo que ocupan as pezas por xornal.	6.2.7.
Gráfica 58. Autoría das novas sobre baloncesto publicadas.	6.2.8.
Gráfica 59. Autoría das novas sobre baloncesto por xornal.	6.2.8.
Gráfica 60. Autoría das novas por ámbito.	6.2.8.
Gráfica 61. Xénero xornalístico das pezas publicadas sobre baloncesto.	6.2.9.
Gráfica 62. Xénero xornalístico das novas por ámbito.	6.2.9.
Gráfica 63. Tema das novas sobre baloncesto.	6.2.10.
Gráfica 64. Tema das novas por xornal.	6.2.10.
Gráfica 65. Tema das novas por ámbito.	6.2.10.
Gráfica 66. Actores das informacións sobre baloncesto.	6.2.11.
Gráfica 67. Fontes das informacións sobre baloncesto.	6.2.11.
Gráfica 68. Acompañamento gráfico das novas.	6.2.12.
Gráfica 69. Presenza gráfica por xornal.	6.2.12.
Gráfica 70. Presenza gráfica por ámbito.	6.2.12.
Gráfica 71. Protagonistas das fotografías.	6.2.12.

Gráfica 72. Espazo que ocupan as fotografías –sobre o 60,8% que representa a aquelas pezas que van acompañadas por unha fotografía.	6.2.12.
Gráfica 73. Espazo que ocupa o acompañamento gráfico por xornal.	6.2.12.
Gráfica 74. A cor nas fotografías.	6.2.12.
Gráfica 75. Fotografías en cor por ámbito.	6.2.12.

10.1.2. Índice das imaxes por epígrafe

Título da imaxe	Epígrafe
Imaxe 1. Aro de pedra no campo para a práctica do tlachtli en Chichén Itzá, Mexico. Fonte: Kåre Thor Olsen.	2.1.1.1
Imaxe 2. Imaxe dun encontro de korfbal. Fonte: Federació Catalana de Korfbal.	2.1.1.3.
Imaxe 3 Loita polo boz nun momento do <i>buzkashi</i> . Fonte: AP Photo/Mustapha Quraishi.	2.1.1.4.
Imaxe 4. O xogador que viste de azul anota un tanto durante a disputa dun partido de pato en Arxentina. Fonte: Federación Arxentina de Pato.	2.1.1.5.
Imaxe 5. Imaxe real do ximnasio da escola da YMCA de Springfield, Massachussets, coa cesto que era usado a modo de canastra nas orixes do xogo do baloncesto. Fonte: Naismith Memorial Hall of Fame.	2.1.2.
Imaxe 6. James Naismith posa coa súa muller, Maude Sherman ,en 1928 suxeitando un cesto moi parecido aos que se empregaron en 1891 no primeiro partido de baloncesto. Fonte: <i>The New York Times</i> .	2.1.3.1.
Imaxe 7. Imaxe de Earl Lloyd, coñecido como “The Big Cat” , coa camiseta do seu primeiro equipo na NBA, os Washington Capitols. Fonte: National Basketball Association.	2.1.3.4.
Imaxe 8. Participantes do congreso fundacional da AIPS no ring do Sporting Club of France -París, 1924-. Fonte: International Sport Press Association.	4.4.1.

10.1.3. Índice das táboas por epígrafe

Título da táboa	Páxina
Táboa 1. Clasificación segundo o número de licencias individuais por deportes de equipo. Fonte: elaboración propia consultando o informe do Consello Superior de Deportes do ano 2011 sobre licencias e clubs deportivos en España.	2.1.3.5.
Táboa 2. Xogadores españois na NBA. Fonte: elaboración propia.	2.1.3.5.
Táboa 3. Clubs que participaron na Liga Endesa 2009/2010.	2.2.2.
Táboa 4. Metodoloxía especializada comparada á de tipo xeralista. Fonte: Montserrat Quesada (1998). Elaboración propia.	3.3.2.
Táboa 5. Datos dos nove diarios impresos nacionais de información xeral de maior tirada e difusión. Fonte: elaboración propia con datos da OJD para o período xaneiro/décembro de 2011.	5.1.
Táboa 6. Datos dos dez diarios impresos nacionais cun maior número de lectores. Fonte: elaboración propia con datos do EGM para o período febreiro/novembro de 2011.	5.1.
Táboa 7. Medallas acadadas polas seleccións absolutas masculina e feminina españolas de baloncesto dende o ano 2000 ata a actualidade en campionatos internacionais. Fonte: elaboración propia.	5.1.1.
Táboa 8. Datos dos deportes con máis licenzas federadas e clubs en España no ano 2011. Fonte: elaboración propia.	5.1.1.
Táboa 9. Datos dos medios con maior tirada e difusión das cinco comunidades autónomas contempladas no estudo e xustificadas no anterior punto deste apartado 2.1.2. Fonte: elaboración propia con datos da OJD.	5.1.2.
Táboa 10. Equipos participantes na Liga ACB 2001-2002 ordenados segundo a súa posición ao final da liga regular.	6.1.
Táboa 11. Noticias femininas publicadas en cada medio.	6.1.2.
Táboa 12. Reportaxes e entrevistas que publica cada un dos medios analizados no ano 2002 entre os días 15 e 28 de febreiro.	6.1.9.

Táboa 13. Equipos participantes na Liga ACB 2006-2007 ordenados segundo a súa posición ao final da liga regular.	6.2.
Táboa 14. Evolución do número de novas publicadas por xornal entre os anos 2002 e 2007.	6.2.1.
Táboa 15. Noticias femininas publicadas en cada medio.	6.2.2.
Táboa 16. Reportaxes e entrevistas que publica cada un dos medios analizados nos anos 2002 e 2007 entre os días 15 e 28 de febreiro.	6.2.9.
Táboa 17. Equipos participantes na Liga ACB 2010-2011 ordenados segundo a súa posición ao final da liga regular.	6.3.
Táboa 18. Evolución da publicación do número de novas publicadas sobre baloncesto nos cinco xornais analizados neste traballo de investigación.	6.3.1.
Táboa 19. Evolución da publicación de novas nas portadas xerais e portadas da sección “Deportes” dos medios analizados en cada un dos períodos estudados.	6.3.5.
Táboa 20. Evolución da publicación de reportaxes e entrevistas nos tres períodos analizados.	6.3.8.
Táboa 21. Táboa 21. Listado de variables que conforman a ferramenta para a análise de cibermedios e da súa cibermedialidade.	8.2.2.

**10.2. ANEXO 2: EXEMPLOS DE NOTICIA
PRINCIPAL, NOTICIA SECUNDARIA, NOTICIA
DE PERSPECTIVA E NOTICIA BREVE**

Para facilitar a comprensión do que entendemos por noticia principal, noticia secundaria, noticia de perspectiva e noticia breve incluímos, a continuación, un exemplo de cada caso. Decidimos escoller un xornal que non forma parte da análise –*El Progreso*– coa intención de que se observe que o patrón detectado e que se aplica nesta investigación se repite noutros medios con respecto, polo menos, á información deportiva sobre baloncesto.

EL PROGRESO MIÉRCOLES 9 DE MAYO DE 2008

Noticia principal

DEPORTES 45

Baloncesto

Una cara conocida

► Chete Pazo regresa al Breogán para convertirse en el director deportivo de la entidad. El ex técnico celeste aceptó la oferta de Raúl López por su vinculación con el club y la ciudad

PROGRESO

LUGO. Chete Pazo vuelve al Breogán. El club lucense anunció ayer que el que fuera durante varias temporadas técnico ayudante (y primer entrenador durante algunas jornadas) para ocupar el puesto de director deportivo de la entidad celeste. Su trabajo se centrará ahora en los despachos y en la gestión, tanto deportiva como administrativa y económica, del club.

Chete Pazo llegó al club lucense de la mano del actual técnico, Pazo García, en la temporada 2000-01, ocupando el puesto de entrenador ayudante hasta el primer de diciembre de 2004, en el que abandonó «por asuntos personales». A principios de la temporada pasada retornó a la entidad breoganista, aunque en el mes de febrero volvió a anunciar su marcha para trabajar como representante de jugadores en la agencia 'U1ST Sports'.

Chete Pazo asegura que en este cometido «encontraba su gusto», pero que recibió la propuesta por parte del presidente del Breogán, Raúl López. Se trata de ocupar un vacío que había en la estructura del club y por su vinculación al club y a la ciudad acepta.

El que fuera entrenador breoganista aseguró que la decisión que adoptó en su momento de abandonar los banquillos es definitiva y explica que su nuevo cometido «consiste en llevar la gestión del club en la parcela tanto deportiva como administrativa».

Con respecto a lo que será la nueva estructura del club, Pazo dijo que «habrá que definirla, pero no habrá grandes cambios». Entre los objetivos prioritarios del nuevo director general, comentó que «en el terreno deportivo en estos momentos no habrá ni la más mínima interferencia», y añadió que «al margen de que todos deseamos el ascenso es necesario un crecimiento del club aparte del posible salto de categoría, aunque ojalá tengamos que trabajar pensando en la ACB. Es prioritario por mí el crecimiento de la masa social y, sobre todo, la necesidad de generar mayores recursos económicos, sobre todo teniendo en cuenta que es más que probable que la crisis económica repercuta a todos los niveles. Esto obliga a estar preparados y por supuesto a la realización de un gran esfuerzo para generar ingresos».

LESIÓN DE HÉCTOR GARCÍA. El escolta del Breogán Héctor García será baja en el encuentro que su equipo disputará el viernes (21.00 horas, Pazo dos Deportes) ante el Tenerife. Pazo dos Deportes ante el Tenerife a causa de una microtraumatización muscular en el bíceps femoral de su pierna derecha. El jugador se lesionó ante el Rosalia.



Chete Pazo conversa con Raúl López. XOSÉ PONTE/APS

El Breogán cayó en sus tres últimos duelos con el Tenerife

► El equipo canario llegará a Lugo en un buen momento de resultados

PROGRESO

LUGO. El Breogán cerrará la fase regular de la LEB Oro recibiendo el viernes (21.00 horas, Pazo dos Deportes de Lugo) al Tenerife, el único equipo al que los lucenses no han logrado derrotar en las dos últimas temporadas.

En la pasada, el conjunto insular se impuso a los breoganistas tanto en el encuentro disputado en Tenerife (83-74) como el que jugaron en Lugo (91-93). En la presente temporada el conjunto que dirige Rafa Sanz se impuso por un solo punto de diferencia (92-90). En estos tres encuentros fue un protagonista muy especial el estadounidense del conjunto

canario A'Nwain Barbour. En la pasada campaña, en su visita a Lugo, la estrella del conjunto insular anotó 38 puntos, marca que superó en esta campaña —en la que es el máximo anotador de la LEB—, al endosarla los breoganistas 41 puntos en el partido de la primera vuelta, en el que no pudieron participar Maurice Jefferson ni Devin Davis.

El Tenerife necesita ganar en Lugo para mantener la quinta posición que ahora ocupa sin depender de lo que haga el Lleida ante el Caliz aragonés. El equipo insular y el canario protagonizarán la única eliminatoria que se conoce en estos momentos, pero falta por de-

cidir quién cederá el factor cancha a favor. El Tenerife lo mantendrá si gana el Lleida ante la selección de Caliz, que jugará el sábado en el pabellón de Lugo.

El equipo breoganista, en su último partido, cayó ante el Tenerife por 92-90. De hecho, los lucenses han ganado los tres últimos partidos que les ha tocado disputar en la competición. En la pasada temporada, el conjunto de Pazo dos Deportes ganó por diez puntos (83-93) y antes habían dejado en evidencia a L'Hospitalet (109-86), al Inca (72-59) y al Melilla (48-77).

NBA

Pau Gasol pide a los Lakers que den «un paso adelante»

SPORTS PRESS

LOS ANGELES. El alabador español de Los Angeles Lakers Pau Gasol reflexionó ayer que ahora es el momento en el que los jugadores deben dar «un paso adelante» y volver a la eliminatoria ante los Lakers norteamericanos que hoy miércoles juegan (4.30 horas) ante los Lakers.

«En este momento necesitamos que los jugadores ganen el quinto partido», señaló Gasol, consciente de los problemas físicos de Kobe Bryant, y que insistió en la necesidad de que todos ofrezcan «lo mejor de sí mismos» para ganar el encuentro en el Staples Center.

Precisamente sobre Bryant, Gasol comentó que se le ve «limitado», pero añadió que está «seguro» de que el '24' angelino aportará de una forma u otra al triunfo de los Lakers.

Por otra parte, los Cleveland Cavaliers ganaron ayer a los Boston Celtics (88-77) y empataron (2-2) su serie.

Motociclismo

Lugo rendirá un homenaje a López Mella el fin de semana

REDACCIÓN

LUGO. El Kaszt Racing Team y la concejalía de Deportes del Concello de Lugo realizarán el fin de semana un homenaje en el Centro Comercial As Termas al piloto lucense Juan Manuel López Mella, tristemente fallecido en 1985.

Durante el sábado 17, el Centro Comercial As Termas será la sede de una exposición de fotos y vídeos de López Mella, y de otras de motos y coches clásicos, y de motocicletas que participaron en la Copa Celga.

El domingo día 18, además, se celebrará la última sesión de la temporada de la Copa Celga.

Noticia de perspectiva

Al día 18, el domingo, se celebrará una misa tras la cual se entregarán unos obsequios a la familia de López Mella, antes de regresar a As Termas.



Fran Soto, AEP
Fran Soto sigue junto a Valverde y Peón en el cuadro técnico del CD Lugo

CORREO
LUGO. Fran Soto seguirá como preparador físico del CD Lugo, por segundo año consecutivo, reconoció el propio infortunado ayer a este periódico. El técnico herculino valora mucho el hecho de poder seguir trabajando al lado de Fonsi Valverde y Juan Peón en el cuadro técnico del primer equipo lugonés.

Con este compromiso, Carlos Monte cierra el cuadro técnico del primer equipo y sienta las bases del nuevo proyecto herculino para la temporada 2008-2009, que tendrá que completarse ahora con la contratación de la plantilla.

Fran Soto afirmó ayer a este periódico que el acuerdo "fue fácil". Aunque el preparador físico reconoce que esta temporada le "costó adaptarse", el trabajo que realizó junto a Valverde y Peón fue "gratificante" y muy apreciado por el equipo del club, de ahí que se decidiese darle continuidad.

La idea de Fran Soto de ir a la próxima temporada es "como en cualquier empresa que se inicia, poner los medios para mejorar la campaña pasada, al menos esa es la idea". No obstante, el preparador físico del Lugo es consciente de que la tarea "no va a ser fácil". "Tenemos un reto complicado, porque el líon ha quedado bastante alto", añade Fran Soto.

El cuadro técnico coincide en que es difícil repetir una campaña como ésta y Soto añade en esta ocasión que "los objetivos son los penales directos". En cualquier caso, asegura que "el primero debe ser siempre la permanencia, como lo fue la pasada temporada". En un plano más personal señala que tratará de "mejorar lo del año pasado, si se puede, corrigiendo algún error que se pudo haber cometido".

Lo más importante para Fran Soto, en cualquier caso, es "poder volver a compartir

verano con Fonsi Valverde y Juan Peón, y en club como el Lugo".

Cada uno, a su tema

► El Manchester dice que Cristiano Ronaldo se queda, Calderón ve imposible su fichaje por el Madrid y la prensa inglesa lo ve en España

AGENCIAS
LONDRES. El calentón entre Cristiano Ronaldo y el Real Madrid sigue su devenir. Cada vez más confuso. Gran parte de culpa de todo el embrollo la tiene el propio futbolista portugués, que no se pronuncia en ningún sentido. Hasta hoy. Y es que Cristiano Ronaldo tiene previsto dar una rueda de prensa esta tarde que, en teoría, arrojará luz sobre el tema, sobre todo si se tiene en cuenta que se producirá fuera del lugar de concentración de la selección portuguesa, en la ciudad suiza de Neuchâtel.

De momento, la confusión aumentó ayer. Y es que por un lado, el director ejecutivo del Manchester United, David Gill, insistió que Ronaldo "se quedará" en el club de Old Trafford. En parecidos términos se expresó el presidente del Real Madrid, Ramón Calderón, quien indicó que "imposible" la llegada del jugador al club blanco. Al contrario, la prensa inglesa se muestra "convencida" de la marcha del futbolista a la capital de España.

"Nuestra posición está clara. Sir Alex Ferguson, técnico del equipo y yo lo hemos dicho la pasada semana. Eso es todo. Esto es lo que vamos a decir sobre el asunto. Punto", señaló Gill.

Calderón insistió, por su parte, en que "no hay caso Cristiano Ronaldo" porque el fichaje del portugués "es imposible" y recordó que el Manchester United es el "propietario de sus derechos y no quiere venderlos". Calderón reconoció que "todos los equipos importantes querían tener a un jugador así", pero quien los tiene procura cuidarlos y mantenerlos porque son los activos más importantes de un equipo de fútbol.

El presidente blanco explicó



Cristiano Ronaldo, ayer en el entrenamiento. ANTONIO CORREA (AEP)

que la UEFA tiene unas normas "muy estrictas" cuando se trata de un jugador con contrato y que no es política del Real Madrid interferir, "y menos con un equipo tan amigo como el Manchester", subrayó.

Todo lo contrario anunciaban ayer los medios británicos. Así, "The Sun" sostenía que el futbolista portugués ya habría comentado a su círculo más cercano que ya

ha decidido dejar el Manchester United para jugar en el Real Madrid y que si su marcha no tiene lugar este año, será el siguiente. En la misma línea está el diario "The Guardian", que aseguraba en su edición de ayer que el extremo portugués ya ha comunicado a su agente, Jorge Mendes, que quiere jugar en España y que ambos están ya meditando la estrategia a seguir.

La UEFA excluye al Oporto de la 'Champions' del próximo año

► El castigo se debe a un escándalo arbitral del año 2004 y el campeón portugués anuncia un recurso

AGENCIAS
NYON. El comité de control disciplinario de la UEFA excluyó para la próxima edición de la Copa de Europa al Oporto como castigo por el caso del "Silbato dorado", el escándalo arbitral que salpicó al club portugués en el año 2004 tras la coacción a colegiados en dos encuentros del campeonato liguero.

El Oporto informó ayer de esta sanción a la Comisión de Mercado de Valores Financieros (CMVM)

de Lisboa, organismo al que debe transmitir su información económica por ser un club que cotiza en bolsa. El caso del "Silbato dorado" provocó que el Oporto perdiera seis puntos en la Liga del año 2004, pero no impidió que se hiciera con el campeonato gracias al amplio colchón con que contaba. El escándalo afectó también al Boavista, que descendió a Segunda División, al União Leiria, que perdió tres puntos, y a un total de cinco árbitros, que acumularon

sanciones de entre dos años y medio y seis años.

De todas formas, el vigente campeón de la Liga portuguesa, que ya fue sancionado esta temporada con la pérdida de puntos por este tema, podrá aún apelar esta sanción, ya que tiene hasta el próximo lunes, día 8, para presentar sus alegaciones. Además, el miembro del consejo superior del Oporto Porcio Monteiro dijo ayer que la exclusión del equipo de la próxima Copa de Europa deja en vicio un tratamiento desigual. «No hay un tratamiento igual para todos. Hay otros intereses escondidos en la medida», dijo.

Atletismo

Varela bate el récord gallego infantil en 1.000 obstáculos

El integrante del CP Casás Adrián González Varela estableció en el campeonato gallego infantil un nuevo récord gallego en la prueba de 1.000 metros obstáculos. El joven marcó un tiempo de 3.11.88 minutos. Varela también posee, desde 2004, el récord gallego benjamín en 2.000 metros lisos (7.51 minutos).

Baloncesto

El Estudiantes debuta hoy en el Intersector infantil

El Estudiantes Balagá juega hoy (12.30 horas) en Santander ante el Agustinos Eros de León su primer partido en el campeonato intersector de baloncesto infantil masculino.

Fútbol base

Radio Corazón el plazo para jugadores

Radio Corazón abre su convocatoria de jugadores para la temporada 2008-09, jugadores, que deben tener entre 5 y 16 años, pueden llamar al número de teléfono 687.507.436 (Málaga).

Fútbol

Apartado un jugador del Cádiz por agredir a su pareja

El Cádiz ha decidido apartar a su delantero Sambegou Bangoura después de que éste haya sido detenido por un presunto caso de violencia de género perpetrado, al parecer, sobre su pareja. Bangoura, de nacionalidad guineana, juega en el Cádiz cedido por el Boavista portugués.

Caso Marbella

La LFP recibe un cementerio como pago por unas deudas

Un juzgado de Madrid ha adjudicado a la Sociedad Española de Fútbol Profesional, que gestiona los servicios de la Liga de Fútbol Profesional (LFP), la propiedad de un cementerio de Marbella (Málaga) como pago de unas deudas contraídas por anteriores gobiernos del CIL. Este procedimiento entraña con el "caso camisetas", asunto judicial que concluyó con la inhabilitación como alcalde de Marbella del ex presidente del Atlético de Madrid Jesús Gil, ya fallecido.

10.3. ANEXO 3:
TRADUCIÓNS AO GALEGO DO
ABSTRACT E DO CAPÍTULO 7

10.3.1. Tradución ao galego do abstract

Esta tese de doutoramento ten a pretensión de analizar a información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación xeralistas en España. O estudo da información publicada con esta temática nas páxinas dos medios de comunicación de información xeral na primeira década do século XXI será a materia prima da investigación do doutorando.

Os obxectivos básicos deste traballo investigación estrutúranse en torno a dous eixos básicos: por unha banda, o doutorando pretende estudar a información deportiva como área de capital importancia no ámbito do xornalismo en particular e no da comunicación en xeral e, por outra banda, contribuír a xerar coñecemento no marco da Sociedade da Información e do Coñecemento. Algúns dos obxectivos principais son:

- Analizar as características da información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación impresos españois.
- Estudar todos aqueles elementos dos medios impresos que contribúen a conformar a figura da información deportiva sobre baloncesto: espazo que se lle concede, fontes que se contactan, emprego de fotografías, estudo dos xéneros xornalísticos, etc.
- Estudar o discurso da información deportiva sobre baloncesto como unidade creadora de significación no marco contextualizador da Sociedade da Información e o Coñecemento.

De xeito globalizador, os obxectivos deste traballo de investigación que conduce á obtención do grao de doutor conflúen nunha meta común: crear un referente no estudo contemporáneo da información deportiva sobre baloncesto, parcela do ecosistema mediático que acapara boa parte da

atención das audiencias de medios na actualidade -convén recordar que os xornais deportivos se sitúan entre os máis lidos en España -.

A estratexia a empregar á hora de abordar esta investigación fala dun estudo evolutivo dos últimos dez anos de información deportiva sobre baloncesto nos medios de comunicación xeralistas en España para rematar cunha explicación da situación actual e coa creación dun mapa da información deportiva sobre baloncesto contemporánea.

Unha vez establecidas as estratexias que se empregarán para abordar o problema da investigación, convén adiantar que algunhas das técnicas a empregar durante este traballo serán a investigación cuantitativa -recollida e catalogación dos contidos mediante base de datos, grazas á capacitación que o doutorando ten coa programación deste tipo de ferramentas coa aplicación informática Access-, investigación cualitativa -mediante a análise dos datos recollidos e o emprego de aplicacións analíticas coma o SPSS.

Finalmente, o doutorando incluírá un apartado no que se deixarán patentes posibles futuras liñas de investigación e se adiantará unha ferramenta creada, *ad hoc*, para un futuro análise dos cibermedios e dos cibermedios especializados en información deportiva.

10.3.2. Tradución ao galego do capítulo 7

7. REPASO DE OBXECTIVOS E COMPROBACIÓN DE HIPÓTESES

Agora que estamos chegando ao remate deste traballo de investigación, é o momento de volver a mirada atrás e ver se cumprimos cos obxectivos proposto así como de analizar se as hipóteses enumeradas no capítulo V se comprobaron positiva ou negativamente.

7.1 CUMPRIMOS COS OBXECTIVOS MARCADOS?

Recordemos que o obxectivo principal desta tese de doutoramento, tal e como se describiu no seu momento, é a análise da construción do discurso mediático da información sobre baloncesto na prensa xeralista en España. Derivados deste obxectivo principal, observabamos 7 metas intermedias. A pregunta é, cumprímolas?

- **Obxectivo parcial 1:** *analizar a evolución do tratamento xornalístico que os medios impresos españois lle dispensan á información sobre baloncesto antes -primeiro período de estudo, na segunda quincena de febreiro do 2002- e despois –segundo e terceiro período de estudo, na primeira quincena de febreiro do 2007 e do 2011- do Mundial de Xapón.*

Este obxectivo foi plenamente acadado xa que se aplicou a metodoloxía prevista a un total de 768 unidades de análise que aportaron resultados que nos permitiron, como vimos ver unha evolución no tratamento que os medios xeralistas españois lle dispensan á información sobre baloncesto na primeira década do século XXI.

- **Obxectivo parcial 2:** *conseguir unha imaxe real do estado actual da información sobre baloncesto nos medios impresos españois.*

Este segundo obxectivo foi acadado grazas á actualidade da análise que marca o último período da delimitación temporal da investigación, no ano 2011.

- **Obxectivo parcial 3:** *analizar a atención e relevancia que lle conceden os xornais á información baloncestística mediante a aplicación e dedicación de recursos humanos.*

A aplicación de recursos humanos dun xornal á cobertura de determinada información vén dada, na maioría dos casos, por marcas profesionais como poden ser o xénero xornalístico escollido para tratar un tema, a sinatura do autor ou autora, e outros moitos elementos que nos permiten albiscar a implicación do medio á hora de tratar xornalisticamente unha información. Despois de ver o

traballo feito neste senso consideramos que este obxectivo tamén quedou cuberto.

Comprobamos como os xéneros que requiren maior dedicación de recursos humanos aumentaron dende o segundo período de análise así como descendeu a importancia das sinaturas de axencia con respecto ao aumento do número de pezas asinadas por un xornalista da redacción.

- **Obxectivo parcial 4:** *realizar unha análise da significatividade que os medios de comunicación impresos españois lle outorgan á información sobre baloncesto mediante o estudo do espazo que lle conceden nas súas páxinas e da presenza ou ausencia desta na portada xeral e na portada da sección “Deportes”.*

Os datos derivados do espazo que ocupa a información deportiva sobre baloncesto nas portadas e portadiña interior da sección “Deportes” permitíronnos marcar este obxectivo como realizado procurándonos, ademais, unha visión panorámica grazas á selección de tres períodos de análise distintos repartidos por estes primeiros anos 2000. Como vimos, a relevancia acadada pola información sobre baloncesto nas portadas foi escasa aínda que se comprobou un ascenso a partir da segunda anualidade da investigación.

- **Obxectivo parcial 5:** *estudar se a temática na que aparece enmarcada a información sobre baloncesto é sempre deportiva ou se dan casos nos que as múltiples relacións do ámbito deportivo co político, económico, social, etc. quedan patentes.*

Vimos como se cumpriu tamén con este obxectivo ao analizar a temática deportiva ou extradeportiva das 768 pezas estudadas. Comprobamos como a temática é, na inmensa maioría dos casos, deportiva e non reflicte, por tanto esa implicación do deporte no resto de sectores ou ámbitos sociais.

- **Obxectivo parcial 6:** *estudar os actores e as fontes que participan na construción do discurso dos medios sobre a información baloncestística.*

Vimos como, durante o tres períodos analizados e a través das 768 pezas estudadas, os actores predilectos da información deportiva sobre baloncesto son os xogadores e os adestradores aínda que detectamos algunha tendencia relevante, tal e como se describiron nos apartados correspondentes ao longo das epígrafes 6.1., 6.2. e 6.3.

- **Obxectivo parcial 7:** *facen unha comparación obxectiva do tratamento que recibe a información sobre baloncesto segundo o ámbito onde se celebra o evento –local, autonómico, nacional ou internacional–.*

Unha das decisións que tomamos ao inicio da investigación foi a de aplicar, entre outros moitos, un filtro referente ao ámbito no que se enmarcaba a información analizada dependendo da competición da que se tratara –nacional, autonómico ou local e internacional– co obxectivo de poder comparar o tipo e características da información que en cada un deles se publica. Vimos como a de ámbito nacional reúne mellores condicións, en xeral, ca calquera das outras dúas aínda que no caso da internacional si observamos un salto cualitativo e cuantitativo derivado da presenza de xogadores nacionais na NBA.

7.2. COMPROBACIÓN DAS HIPÓTESES DE TRABALLO

No capítulo V establecíamos 6 hipóteses que se converteron no fío condutor desta tese de doutoramento e que lexitimaron, dende o primeiro momento, o proceso investigador. Como se comprobaron estas hipóteses? Vexamos.

- **Hipótese 1:** *a información sobre baloncesto nos medios xeralistas impresos españois aumentou cuantitativamente logo da conquista do Campionato Mundial en setembro do 2006 por parte da selección absoluta senior.*

Como vimos na explicación dos datos da segunda -2007- e terceira -2011- anualidades da delimitación temporal da investigación, a información deportiva sobre baloncesto publicada polos cinco medios de comunicación analizados aumentou en cantidade –de 187 pezas no 2002 a 260 no 2007 e 321 no 2011- dun xeito considerable. Esta hipótese compróbase, polo tanto, positivamente.

- **Hipótese 2:** *este aumento foi parello, proporcionalmente, ao ritmo de vitorias relevantes en competicións internacionais por parte da selección nacional masculina así como á consolidación da Liga ACB como a competición de baloncesto máis forte de Europa e, polo tanto, a segunda mellor do mundo trala NBA.*

Parece evidente que os éxitos da selección nacional de baloncesto senior –que recollemos na táboa 7- e a consolidación da Liga ACB como a máis forte de Europa teñen moito que ver no aumento da información que os cinco xornais analizados publican sobre baloncesto. O éxito veu acompañado dun aumento do interese por parte da sociedade no deporte do aro. Os medios de comunicación comezaron, entón, a transmitir éxito e vitorias dun deporte que acadou na primeira década do século XXI as cotas máis altas e que, como vimos nos datos de licenzas –táboa 1-, viviu e vive un aumento de popularidade relevante.

- **Hipótese 3:** *a calidade da información deportiva sobre baloncesto non experimentou a mesma evolución cuantitativa e cualitativamente. Houbo un incremento na cantidade de información pero non se traballou na mellora da calidade da mesma. A información deportiva sobre baloncesto nos medios impresos xeralistas españois continúa afastada do afondamento nos temas necesario e desexable en toda información especializada.*

Tal e como vimos na análise das variables contempladas no estudo da información xornalística sobre baloncesto que realizamos, hai marcadores como poden ser a publicación de pezas con determinado xénero –reportaxes ou entrevistas, por exemplo-, o uso de información de axencia, o posicionamento na páxina, etc. que, se ben aumentaron ao longo dos anos como podemos comprobar, aínda se atopan en niveis moi inferiores aos que deberían para poder considerar que se trata esta información especializada cun nivel de afondamento na mesma óptimo.

De todos os xeitos, se observamos esta terceira hipótese de xeito global e empregamos todo o aprendido no proceso investigador ao longo dos tres períodos analizados, concluímos que este suposto non se confirma senón que si se aprecia un aumento cualitativo importante.

- **Hipótese 4:** *a información sobre baloncesto nos medios impresos españois caracterízase pola sobre-espectacularización dos contidos a través do acompañamento gráfico.*

As imaxes, como vimos nos anteriores puntos do epígrafe 6, son moi importantes para os medios de comunicación analizados á hora de

publicar pezas sobre baloncesto. O acompañamento destas unidades xornalísticas con fotografías é unha maneira de transmitir a acción e dinamismo do xogo. A maioría das novas van acompañadas por imaxes que, como vimos, transmite, sobre todo, accións do xogo e personalizan, tamén o contido da icona en xogadores – preferentemente nacionais- que, ademais, frecuentemente son aqueles que participan de xeito constante nos éxitos do baloncesto español no ámbito internacional da man da selección española senior.

Concluímos, polo tanto, que si se dá unha sobre-espectacularización dos contidos textuais a través do acompañamento gráfico, presente nunha gran cantidade de casos e, como vimos, cunhas características de contido e condicións de publicación –tamaño, cor ou B/N...- moi concretas que así o determinan.

- **Hipótese 5:** *as pezas xornalísticas que tratan o baloncesto como tema principal poucas veces aparecen retratadas en contextos extradeportivos, a pesar das múltiples conexións con outros ámbitos da realidade que o deporte establece.*

Este suposto é, sen dúbida, un dos que se nos amosou dun xeito máis claro. Son moi escasas, por non dicir nulas, as veces que o deporte aparece nun contexto que non sexa o puramente deportivo a pesar das múltiples, importantes e fondas relacións que mantén con sectores como poden ser o económico, político ou social. Vimos como, en ningún caso dos cinco xornais analizados se apostaba por un afondamento no ámbito do deporte do baloncesto á hora de tratar as informacións.

- **Hipótese 6:** *a información sobre baloncesto está moitas veces próxima á banalización dos contidos en favor dun tipo de información baseada en datos, estatísticas e escasa interpretación por parte do xornalista e de rápido consumo acrítico por parte do lector.*

É certo que na información deportiva sobre baloncesto teñen moita importancia os datos xa que, como ben é sabido, este deporte é un deporte de estatísticas, onde todo é medible e onde cada acción se traduce nun dato que logo pasa a ser analizado e marca, en moitas ocasións, decisións como a contratación ou non dun xogador, o cambio de estratexia durante un partido ou, incluso, xogadas concretas dun encontro. Os afeccionados a este deporte sabemos da importancia dos datos e somos, en gran medida, apaixonados dos cadros estatísticos.

Partindo deste contexto, entendemos a importancia que os datos teñen para a información deportiva sobre baloncesto e tamén que os xornais os empreguen dun xeito continuo. O que nos cuestionamos na hipótese é que non por empregar os datos e cadros estatísticos se debe prescindir dunha información analítica que afonde no significado dos mesmos. Na análise cualitativa dos textos decatámonos de que isto, como tendencia, é así. Moitas veces, incluso nas propias crónicas –xénero esencial para a transmisión dos feitos deportivos-, os xornalistas se limitan a facer unha transcripción dos datos sen afondar na esencia dos mesmos ou noutros elementos que puideran marcar o devir do feito que dá pé a esa información. Polo tanto, este sexto suposto, con estas consideracións previas, pódese concluír que se comproba de xeito positivo.

Unha vez comprobada a consecución dos obxectivos marcados ao inicio do traballo e comprobadas as hipóteses, poñemos fin a este proxecto de investigación que nos permitiu, de xeito certo e intenso, chegar a coñecer en profundidade a información sobre baloncesto que publican os cinco xornais xeralistas analizados e que podemos extrapolar ao ámbito comunicativo español como tendencia.